



**INVESTIGAÇÃO DO USO DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL NA
GESTÃO DAS MICROS E PEQUENAS EMPRESAS
da Região do Seridó Potiguar**

Luziana Maria Nunes de Queiroz

ORIENTADOR: Prof. Dr. José Dionísio Gomes da Silva

Natal-RN

2005



INVESTIGAÇÃO DO USO DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL NA GESTÃO DAS MICROS E PEQUENAS EMPRESAS da Região do Seridó Potiguar

Dissertação submetida à apreciação do
Mestrado Multiinstitucional e Inter-Regional
em Ciências Contábeis do convênio UnB,
UFPA, UFPE, UFRN, para obtenção do grau
de mestre em Ciências Contábeis.

Luziana Maria Nunes de Queiroz

ORIENTADOR: Prof. Dr. José Dionísio Gomes da Silva

Natal-RN

2005

Luziana Maria Nunes de Queiroz

“Investigação do uso da informação contábil na gestão das micros e pequenas empresas da região do Seridó Potiguar”

Dissertação submetida à apreciação do Mestrado Multiinstitucional e Inter-Regional em Ciências Contábeis do convênio UnB, UFPB, UFPE, UFRN, para obtenção do grau de mestre em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof. Dr. José Dionísio Gomes da Silva

Área de concentração: Mensuração Contábil

Linha de pesquisa: Contabilidade Gerencial e Custos

Aprovada em 20 de junho de 2005

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. José Dionísio Gomes da Silva (UnB, UFPB, UFPE, UFRN), orientador

Prof. Dr. Dr, Christovão Thiago de Brito Neto (UFRN), examinador interno

Prof. Dr. William Celso Silvestre, vinculado a UFC, examinador externo.

FICHA CATALOGRÁFICA

Queiroz, Luziana Maria Nunes de

Investigação do uso da informação contábil na gestão das micros e pequenas empresas da região do Seridó Potiguar/ Luziana Maria Nunes de Queiroz, Brasília: UNB,2005.

140p.

Dissertação – Mestrado

Bibliografia

1. Informação 2. Decisão 3. Gestão

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho e “minha vida” a meu esposo João Bezerra Neto e a minha filha Ceciliana Maria Queiroz Bezerra, Sem vocês eu não teria tido motivos para lutar e ter forças para continuar.

AGRADECIMENTOS

Cada dia que se vive é uma história, que nos fornece emoções e sentimentos. Cada pessoa com a qual convivemos é um personagem dessa história; existem os personagens principais que são aqueles que estão sempre com agente, e são a esses que agradeço primeiramente: a Deus pelo dom da vida, a Jesus pelo exemplo de vida, a Senhora Santana mãe da Graça e do perdão, aos meus pais Benedito Florêncio de Queiroz e Maria do Socorro Nunes de Queiroz pela oportunidade de vida e pelo exemplo de luta e de força, ao meu esposo João Bezerra Neto pelo amor, carinho e compreensão; a minha filha pelo seu amor e dedicação e aos meus irmãos Francisca das Chagas Nunes de Queiroz, Gilbene Nunes de Queiroz e Eugebene Nunes de Queiroz pelo afeto e amizade.

Agradeço agora aos personagens secundários, que são aqueles que não convivem diariamente, alguns até se ver muito pouco ou raramente, entre eles estão:

Os meus colegas da Universidade Prof. Celso Luiz, Prof. Carlos Wanderley, Prof. Alex de Oliveira e Prof. Antônio Alves, pelo incentivo e apoio.

Os meus professores, que me auxiliaram e me direcionaram nos estudos, Prof. Dr. Jorge Katsumi Niyama, Prof. Jorge Expedito de Gusmão Lopes (Ph.D.), Prof. Dr. Josenildo dos Santos, Prof. Luiz Carlos Miranda (Ph.D.), Prof. Dr. César Augusto Tibúrcio Silva, Prof. Dr. José Francisco Ribeiro Filho, Prof. Dr. Marco Tullio de Castro Vasconcelos, Profa. Dra. Aneide Oliveira de Araújo. E em especial ao meu orientador e professor Dr. José Dionísio Gomes da Silva, pela sua atenção e paciência, no processo de ensino e aprendizagem.

Aos meus colegas de mestrado: Ivone Gomes, Edson Franco, Josué Lins, Josedilton Alves, Auristela Felix, Adilson Santos, Mamadou Dieng, João Ricardo, Ana Caroline, Adriana Rodrigues, Custodio Pereira Francisco Marcelo, Álvaro Fabiano e em especial Patrícia d' Oliveira Caldas, companheira de viagem e amiga de todas as horas.

E a todas as pessoas que compõe a equipe do Programa Multiinstitucional e Inter-regional de Pós-Graduação em Ciências e Contábeis (UnB, UFPB, UFPE E UFRN).

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo investigar o uso da informação contábil para tomada de decisão que repercute na lucratividade dos empreendimentos desenvolvidos pelos microempresários da Região do Seridó Potiguar. Exibe a evolução das micros e pequenas empresas no Brasil, no Estado do Rio Grande do Norte e no Seridó, evidenciando sua relevância na economia e no desenvolvimento social. Apresenta uma revisão bibliográfica sobre a caracterização da MPE, evolução da contabilidade, tomada de decisão, informação contábil e formação de preços. No trabalho de campo, foram estudadas 143 MPE's da região do Seridó, localizadas nas duas maiores cidades do Seridó, Caicó e Currais Novos. O estudo tem por objetivo identificar as informações utilizadas pelos micros e pequenos empresários da região do Seridó do RN, para efeito de tomada de decisão que envolva questões de natureza econômico-financeira. A pesquisa constata que 80,0% dos microempresários entrevistados responderam que recebem informações de um escritório de contabilidade contratado; 69,1% dos pesquisados responderam que a informação contábil recebida é relevante no cumprimento das legislações fiscais e trabalhistas; no que se refere à utilização das informações contábeis na tomada de decisão que envolve aspectos econômico-financeiros, 42,6% dos pesquisados tomam decisões que repercutiram na lucratividade dos produtos ou serviços, com base na experiência que foi desenvolvida com o seu próprio negócio. Dessa maneira, conclui-se que as informações contábeis não atendem integralmente as solicitações informativas dos gestores das MPE's do Seridó, e que eles não utilizam a informação contábil no momento de tomar decisões que refletirão na rentabilidade dos seus negócios. Destaca-se que os microempresários acompanham o progresso dos seus empreendimentos, servindo-se de controles simples e manuais, elaborados por eles ou por seus empregados, confrontando as entradas com as saídas de numerário, elaborando relatórios gerenciais e financeiros que comprovam a evolução da MPE's em relação ao tempo; eles confiam na sua capacidade empreendedora e na experiência desenvolvida, tomando decisões com base na experiência e na intuição.

PALAVRAS-CHAVE: Informação, Decisão, Gestão.

ABSTRACT

This work has as objective to investigate the use of accounting information for decision-making that reverberates in the lucrativeness of the enterprises developed by businessmen from Seridó Potiguar Region. It exhibits the evolution of the micro and small enterprises in Brazil, in Rio Grande do Norte State and in Seridó region evidencing its relevance in economy and in the social development. It is presented a bibliographical revision about the characterization of the MPE, accounting evolution, decision-making, accounting information and formation of prices. On the field work, 143 MPE's were studied from Seridó region, located on the two largest cities from Seridó region, Caicó and Currais Novos. The study has as objective to identify the informations utilized by the micro and small businessmen from Seridó region of RN, for decision-making purpose that involves questions of financial-economic nature. The research evidences that 80% of the interviewed businessmen replied that they receive information from a hired accounting office ; 69,1% of the researched replied that the accounting information received is relevant in the fulfillment of the working and fiscal legislations ; as far as it is concerned to the utilization of the accounting informations in decision-making that involves financial-economic aspects, 42,6% of the interviewed make decisions that reverberate in the lucrativeness of the products or services, according to the experience that was developed with his own business. This way, it is concluded that the accounting informations do not fully attend the informative requests from the managers of the MPE's from Seridó region, and that they do not utilize the accountant informations on the moment of making decisions that will reflect on the profitability of their businesses. It is detached that the micro businessmen accompany the progress of their undertaking, utilizing diple and manual controls, elaborated by them or by their employees, confronting the entrances with the exit of currency, elaborating managerial and financial reports that support the evolution of the MPE's in relation to time; they trust in their enterprising capacity and in the developed experience, making decisions according to experience and to intuition.

KEY-WORDS : Information, Decision, Management.

LISTAS DE FIGURAS, GRÁFICOS, QUADROS E TABELAS

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 – Mapa do Rio Grande do Norte	10
---	----

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 – Número de Micros e Pequenas Empresas da Região do Seridó	13
Quadro 02 – Critérios de Classificação das Empresas de Pequeno Porte	19
Quadro 03 - Definição de micro e pequenas empresas	21
Quadro 04 – MPE's de comércio e serviços, pessoal ocupado, salários, retiradas e outras remunerações, valor adicionado e receita operacional líquida	26
Quadro 05 – Arrecadação de ICMS por município – 2002	27
Quadro 06 – Fatores associados ao sucesso/insucesso na iniciação dos negócios	37
Quadro 07 – Especificidades dos dirigentes das MPE's	43
Quadro 08 – Informações do IBGE 2003 – Cidades	66

LISTAS DE GRÁFICOS

Gráfico 01 – Participação das MPE's no Total de Empresas	17
Gráfico 02 – Representatividade das MPE's nos setores de atividades	17
Gráfico 03 – Participação das MPE's no total de empresas do RN	26
Gráfico 04 – Participação das MPE's	29
Gráfico 05 – Atividades econômicas	30
Gráfico 06 – Localização das cidades	65
Gráfico 07 – Setores do mercado	67
Gráfico 08 – Quantidade das MPE's por setor	68
Gráfico 09 – Tempo de atividade	69
Gráfico 10 – Número de empregados	71
Gráfico 11 – Grau de escolaridade	73
Gráfico 12 – Procedência das informações contábeis	75
Gráfico 13 – Informações contábeis	78
Gráfico 14 – Relevância da informação	81
Gráfico 15 – Relatórios contábeis	86
Gráfico 16 – Informação utilizada	94
Gráfico 17 – Método para definição do preço de venda	99
Gráfico 18 – Relevância dos custos	103
Gráfico 19 – Informações relevantes produzidas pela contabilidade	106

LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – Número de empresas segundo o tamanho da Região do Seridó	10
Tabela 02 - Importância sócio-econômica das MPE's	22
Tabela 03 – Número de empresas segundo o tamanho e localização	25
Tabela 04 – Número de empresas segundo o tamanho	29
Tabela 05 - Principais Atividades Econômicas das MPE's do Seridó	30
Tabela 06 – Distribuição da Localização das MPE's do Seridó	65
Tabela 07 – Distribuição das MPE's do Seridó em relação aos setores do mercado	67
Tabela 08 – Distribuição do tempo de atividade das MPE's do Seridó	69
Tabela 09 – Distribuição do número de Empregados das MPE's do Seridó	71
Tabela 10 – Distribuição do grau de escolaridade dos administradores das MPE's	73
Tabela 11 – Distribuição da procedência das informações contábeis das MPE's	75
Tabela 12 – Distribuição das informações contábeis mais úteis para os microempresários das MPE's do Seridó	78
Tabela 13 – Distribuição da relevância da informação recebida da contabilidade no momento da tomada de decisão	81
Tabela 14 – Distribuição dos principais tipos de informações relevantes na tomada de decisão	83
Tabela 15 – Distribuição dos relatórios provenientes da Contabilidade	86
Tabela 16 – Distribuição das ações de decisões que repercutem na lucratividade das MPE's do Seridó	88
Tabela 17 – Distribuição das especificidades que possibilitam o progresso dos negócios das MPE's do Seridó	91
Tabela 18 – Distribuição da informação utilizada para compor o preço de venda de produtos ou serviços das MPE's do Seridó	94
Tabela 19 – Distribuição do melhor método para definição do preço de venda das MPE's do Seridó	99
Tabela 20 – Distribuição das informações sobre lucro e custo das MPE's do Seridó	101
Tabela 21 – Distribuição da relevância dos custos, num mercado com preço definido	103
Tabela 22 – Distribuição das informações relevantes produzidas pela contabilidade	106
Tabela 23 – Distribuição das opiniões dos microempresários em relação à lucratividade e ao futuro das MPE's	109

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BNDES	Banco de desenvolvimento Econômico e Social
BP	Balanço Patrimonial
EPP	Empresa de Pequeno Porte
CEMP	Cadastro Empresarial
CFC	Conselho Federal de Contabilidade
CNAE	Cadastro Nacional de Atividades Empresariais
DRE	Demonstração do Resultado do Exercício
DOAR	Demonstrações das Origens e Aplicações de Recursos
FIPECAFI	Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras
IBRACON	Instituto Brasileiro de Contabilidade
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICMS	Imposto Circulação Mercadoria e Serviço
ME	Microempresa
MPE	Micro e Pequena Empresa
PEPS	Primeiro que entra primeiro que sai
PIB	Produto Interno Bruto
RAIS	Relação Anual de Informações Sociais
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e pequenas Empresas
SIMPLES	Sistema Integrado de Pagamentos de Impostos e Contribuições
SENAC	Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
UEPS	Último que entra primeiro que sai

SUMÁRIO

CAPÍTULO I – APRESENTAÇÃO	01
1.1. Considerações Iniciais	02
1.2. O Tema	05
1.3. Formulação do Problema	06
1.4. Objetivos da Pesquisa	08
1.5. Justificativa da Pesquisa	09
1.6. Procedimento Metodológico	11
1.7. O Universo e a Amostra da Pesquisa	12
1.8. Organização da Dissertação	14
1.9. Limitações do Estudo	15
CAPÍTULO II – UM BREVE HISTÓRICO DAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS	16
2.1. A Atuação do segmento no Brasil	17
2.2. A relevância do segmento no Estado do Rio Grande do Norte	25
2.3. A importância das Micros e Pequenas Empresas para a região do Seridó	29
CAPÍTULO III – REFERENCIAL TEÓRICO	31
3.1. Introdução	32
3.2. Caracterização da Micro e Pequena Empresa	32
3.3. Evolução da Contabilidade	38
3.4. A Tomada de Decisão e o Processo de Gestão das Micros e Pequenas Empresas	41
3.5. A Informação Contábil na Gestão da Micro e Pequena Empresa	49
3.6. O Ambiente Econômico, a Gestão de Custo e a Formação de Preços	55
CAPÍTULO IV - ANÁLISE DOS DADOS	62
CAPÍTULO V - CONSIDERAÇÕES FINAIS	112
BIBLIOGRAFIA	118
ANEXO	126

CAPÍTULO 1

APRESENTAÇÃO

1.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O desenvolvimento de uma região está diretamente relacionado a sua economia, que possibilita um crescimento social, político e cultural. A economia com o passar dos anos, sofre um progresso gradativo, seguindo etapas impostas pelo tempo, que refletem o grau de crescimento comercial, direcionando ao conhecimento de novas técnicas de mercado.

Os trabalhos dos pequenos empresários do Seridó, região do interior do Estado do Rio Grande do Norte, caracterizada como uma das regiões mais secas do Estado, apresentou, durante muito tempo, técnicas comerciais informais e intuitivas, e técnicas operacionais rudimentares e manuais, sem utilização de máquinas e sem formalidades legais. Era totalmente informal e a principal atividade realizada estava ligada ao setor primário, para exploração do leite e seus derivados, e da carne, que ficou conhecida em todo o Estado. Posteriormente, com o crescimento econômico e a expansão da área urbana, os comerciantes se dirigiam a outras localidades para adquirirem produtos para revender no comércio local, fazendo surgir, assim, pequenas fábricas que passaram a produzir artigos diversificados, emergindo as micros e pequenas empresas, que se tornaram o ponto forte da economia da região, possibilitando o desenvolvimento das duas cidades pólos do Seridó: Caicó e Currais Novos¹. Oliveira (2001, p. 37) afirma que: “o município de Caicó, principal cidade da região do Seridó, com aproximadamente 55.000 (cinquenta e cinco mil) habitantes, têm uma economia que vive em função da pecuária, de artesanato e de fabricas de bonés”.

O processo de gestão das MPE's do Seridó não apresenta uma conjuntura clara. Os empreendedores não têm, na maioria das vezes, consciência do ambiente em que atuam, não são capacitados para gerir o negócio de maneira profissionalizada, tomando decisões de maneira intuitiva, contando com a experiência desenvolvida em empregos anteriores. “Os administradores das MPE's do Seridó não utilizavam relatórios contábeis para auxiliar no processo decisório, sendo as referidas decisões tomadas com base na experiência e na intuição”.(Oliveira, 2001, p. 03).

¹ Doravante sempre que for mencionada a região do Seridó, alude-se às cidades de Caicó e Currais Novos.

Qualquer que seja a trajetória escolhida pela MPE não será tarefa fácil sobreviver. O gestor necessitará conhecer o processo administrativo, colher as informações contábeis disponíveis, e analisar esses dados, para ter condições de enfrentar os problemas conjunturais de natureza macro (econômico, político e social), fatores externos à empresa, e as dificuldades referentes à discutível habilidade gerencial das MPE's (fatores internos à empresa).

Várias indagações podem surgir, particularmente relacionadas à forma como os micros e pequenos empresários conseguem se manter no mercado, apesar das dificuldades que são próprias desse setor. Marion (1985, p. 21), assegura que as dificuldades econômicas – financeiras das pequenas e médias empresas decorrem muito mais da incapacidade administrativa de seus empresários do que propriamente de outras variáveis fartamente apontadas pelos donos da empresa.

Nessa linha de raciocínio, e buscando viabilizar um conjunto de questões que podem sinalizar para um melhor aperfeiçoamento do negócio, podem ser questionados quais os mecanismos usados pelos gestores das micros e pequenas empresas para gerenciar seus negócios, bem como quais os critérios que utilizam no momento de tomarem decisões administrativas, e a quais informações contábeis têm acesso. De acordo com Marion (1985 p.22), “Os empreendedores estão despreparados, pois estruturam sua empresa, ou por estarem descontentes com seus empregos, ou por serem atingidos pelo vírus do empreendimento próprio”.

O despreparo dos microempresários interfere nas principais tomadas de decisão, em um momento em que as dificuldades exigem esquemas quase perfeitos na condução de qualquer negócio. Uma decisão mal tomada poderá ser fatal para a empresa. Destaque-se que não basta apenas produzir ou vender o bem; antes de qualquer coisa é imprescindível administrar, em alta velocidade, os onerosos e escassos recursos financeiros, administrar tanto contas a pagar e a receber, como os estoques, além de controlar os custos, formular preços de venda, etc. Essas são apenas algumas das inquietações que permeiam o presente estudo.

Oliveira (2001, p.03) afirma que as MPE's existentes no Seridó enfrentam vários problemas, dentre os quais destacam-se a falta de capacidade e organização empresarial e os escassos recursos financeiros. Daí a relevância dada ao gerenciamento, principalmente à tomada de decisão financeira de curto prazo, cujas ações envolvem deliberações com base em informações contábeis tempestivas e úteis, proporcionando à empresa maior rentabilidade e solidez e, conseqüentemente, auxiliando na sua sobrevivência.

Apesar dos problemas, as MPE's desempenham um papel social relevante, no desenvolvimento de uma região. Conforme Pinheiro (1996, p. 32), as microempresas, que são embriões para a pequena empresa, são as geradoras de recursos para as camadas mais pobres da população e suas atividades estão dirigidas para as necessidades de consumo das populações de baixo poder aquisitivo. A verdade destas considerações está no fato de que os programas desenvolvidos por órgãos como SEBRAE, SENAC e Receita Federal para as microempresas estão baseados em premissas, como:

- ✓ oportunidade de auto-emprego entre os pobres;
- ✓ emprego de trabalho intensivo, mais do que capital e programas de educação intensivos;
- ✓ crescimento econômico baseado em iniciativas de negócios de pequena escala;
- ✓ formação de uma base econômica para expansão dos negócios;
- ✓ uso de recursos naturais no processo de desenvolvimento econômico;
- ✓ desenvolvimento de estratégias que ajudam a passar as iniciativas econômicas do setor informal para o setor formal;
- ✓ oportunidades de desenvolvimento econômico para as populações locais;
- ✓ redução da pobreza através da geração de novas fontes de renda;
- ✓ ambiente de incubação onde os serviços e tecnologias locais podem ser alimentados para expandir a base econômica do país;
- ✓ desenvolvimento de talento e de habilidades empresariais.

As MPE's representam para a região do Seridó a mesma relevância que têm as MPE's para o Brasil. Souza (1995, p. 13) apresenta quatro trajetórias de inserção para as pequenas e médias empresas:

1- PME's competindo em setores tradicionais da economia, com estratégia competitiva baseada em menores custos de mão-de-obra;

2- PME's independentes em estruturas industriais dinâmicas, explorando nichos de mercado;

3- PME's inseridas no mercado em forma de organizações coletivas e cooperativas, desenvolvendo ações conjuntas e coordenadas que permitam obter ganhos e vantagens decorrentes dessa estrutura organizativa;

4- PME's vinculadas a grandes empresas, como fornecedores ou distribuidores, com maior ou menor grau de dependência e autonomia, como numa relação mais ou menos simbiótica.

As estratégias de inserções apresentadas por Souza apresentam ações das MPE's no cenário econômico nacional, demonstram a forma de organização, as condições de competitividade e as caracterizações das atividades.

1.2 O TEMA

A escolha do tema o Uso da Informação Contábil na Gestão das Micros e Pequenas Empresas, para a presente dissertação, remete aos seguintes motivos:

- Ao elevado número de micros e pequenas empresas estabelecidas na Região do Seridó, portanto forte apelo social pela geração de recurso e renda.

- Em como se procede a utilização das informações contábeis disponíveis dentro das MPE's nas atividades de elaboração, execução e avaliação da gestão, visando alcançar proveito em relação aos concorrentes e ao sucesso empresarial.

- Comprovar se a informação contábil propicia uma administração segura, contribuindo no processo de tomada de decisão, principalmente em relação a essas ações: Onde investir? Que

necessidade atender? De que maneira? Qual a condição da empresa em atender melhor seu cliente do que o concorrente? A preocupação com a satisfação do cliente? Como formar preços atrativos? Controlar o custo e as despesas para obter melhor lucratividade.

- Identificar como o gerenciamento estratégico da informação contábil possibilitará minimizar as adversidades impostas pelo ambiente interno e externo à empresa, propiciando condições de tomar as melhores decisões e aplicando os seus recursos da melhor forma possível.

- A observação da relevância da informação contábil no processo de tomada de decisão das MPE's da Região do RN permitirá o desenvolvimento e o aprimoramento do processo de tomada de decisão.

O tema favorece a um alerta em relação as MPE's. Segundo Albuquerque (2004, p. 16), essa discussão pode contemplar: o papel social e econômico que ela exerce para o desenvolvimento do Brasil; a opressão imposta pelo modelo econômico que beneficia as grandes empresas que concentram tecnologia e capital; a possibilidade de desenvolver ferramentas de gestão adequada a essa categoria de empresas, contribuindo para a sua sobrevivência e, conseqüentemente, para uma sociedade mais justa e igualitária. Ainda de acordo com Albuquerque (2004, p. 24), o cenário competitivo vem impondo às empresas novos desafios, exigindo o melhor conhecimento do comportamento das variáveis ambientais e da própria empresa. Tudo isso faz aumentar a demanda dos administradores por informações que ajudem as empresas a minimizar o risco e a garantir a sobrevivência e o bom desempenho no futuro.

1.3 FORMULAÇÃO DO PROBLEMA

A formulação do problema prende-se ao tema proposto, esclarecendo a dificuldade específica com a qual se defronta e que pretende se resolver por intermédio da pesquisa.

Para Gil (2002, p. 49), o problema, para ser cientificamente válido, deve passar pelo crivo das seguintes questões: pode o problema ser enunciado em forma de pergunta? Corresponde a interesses pessoais (capacidade), sociais e científicos, isto é, de conteúdo e metodológicos? Esses

interesses são harmonizados? Constitui-se o problema em questão científica, ou seja, relacionam-se entre si pelo menos duas variáveis? Pode ser objeto de investigação sistemática, controlada e crítica? E pode ser empiricamente verificado em suas conseqüências?

A sociedade, de forma geral, busca encontrar soluções para seus problemas. Os anseios de uma determinada região não fogem a essa necessidade pois o desenvolvimento de uma economia local está intrinsecamente relacionado à evolução do comércio local e à estabilidade das empresas nela instaladas, considerando-se que essas empresas geram empregos, rendas, encargos e tributos.

Examinando detidamente o que foi mostrado acima, propõe-se a seguinte indagação, como forma de delimitar o problema da pesquisa:

A informação contábil utilizada no processo decisório das micros e pequenas empresas contribui para o seu efetivo gerenciamento?

Para se responder a esta questão será implementada uma pesquisa, estimulando a curiosidade de descobrir os modelos de gestão e os fatores que influenciam no controle operacional das micros e pequenas empresas da região do Seridó.

Após a definição do problema de pesquisa, e com intuito de direcionar sua solução, construiremos hipóteses, que são as seguintes, a saber:

H0 - As informações contábeis utilizadas no processo decisório das micros e pequenas empresas atendem integralmente às necessidades informacionais dos seus gerentes;

H1 - As decisões de caráter econômico-financeiro nas micro e pequenas empresas baseiam-se na experiência e intuição dos seus gerentes, utilizando-se, às vezes, informações produzidas sem quaisquer critérios técnicos.

Toda a hipótese é um enunciado geral de relações, entre, pelo menos, duas variáveis. Segundo Beuren (2003, p. 111), qualquer tipo de pesquisa, seja ela exploratória, descritiva ou

explicativa, contem variáveis. Essas variáveis podem estar inseridas na questão da pesquisa, especialmente quando se tratar de pesquisa exploratória, ou nas hipóteses formuladas, que são próprias das pesquisas descritivas e explicativas.

Na pesquisa a ser praticada, utilizaremos as seguintes variáveis:

- Informação contábil;

Serão informações a cerca dos negócios das organizações, referentes aos aspectos econômico-financeiros, que são aqueles que envolvem riqueza e dinheiro. E a investigação será realizada com empresas que utilizam qualquer tipo de informação contábil para tomada de decisão.

- Tomada de decisão;

Mosimann (1993, p. 54) chama atenção para as alternativas que surgem para um dirigente no momento de se tomar uma decisão, evidenciando os riscos e a importância dos dados informativos que eles devem buscar para correr o menor risco possível. Um procedimento gerencial serve de alicerce na edificação de uma empresa. Se a decisão não for tomada com firmeza e consciência dos prováveis resultados, o futuro dessa empresa será incerto, e sua manutenção no mercado estará ameaçada.

1.4 OBJETIVOS DA PESQUISA

O objetivo geral, que direciona a uma ação ampla do problema, assim se constitui: **Identificar as informações utilizadas pelos micros e pequenos empresários da região do Seridó do RN para efeito de tomada de decisão que envolva questões de natureza econômico-financeira.**

Como objetivos específicos, enumera-se:

- a) Descobrir quais são as informações contábeis utilizadas no processo decisório;
- b) Evidenciar a importância que os empresários atribuem à informação contábil;
- c) Revelar quais as informações econômico-financeiras que, apesar de serem consideradas importantes, não são disponibilizadas pelos gestores;

Alcançando os objetivos propostos, contribuir-se-á para a verificação dos fenômenos, positivados pela prática da observação, levando-se em consideração os aspectos técnicos, a experiência vivida e as práticas utilizadas.

1.5 JUSTIFICATIVA DA PESQUISA

Nesta parte do projeto é justificada a importância do tema para a área de conhecimento científico à qual a pesquisa está vinculada. Segundo Beuren (2003, p. 66), na seção justificativa, o pesquisador deve discorrer de forma breve, mas completa, sobre a relevância da pesquisa a que se propõe. A relevância pode estar relacionada à área em que está se buscando sua formação acadêmica, a área de atuação profissional, à sociedade em geral.

Barros e Lehfeld (2000, p. 28) afirmam que no item justificativa deve-se procurar: apresentar elementos que responderão à questão: Por que pretende realizar a pesquisa? Explicar os motivos que indicam a viabilidade de execução da proposta, e ressaltar os elementos inovativos do trabalho do pesquisador.

A pesquisa irá evidenciar a importância das micros e pequenas empresas para o desenvolvimento sócio-econômico da Região do Seridó Potiguar (localizado no Estado do Rio Grande do Norte – figura 01), ratificando a essencialidade do seu gerenciamento e das técnicas administrativas adotadas pelos gestores. Elas totalizam, de acordo com o SEBRAE (2003, p. 40) o percentual de 93,70% das empresas existentes na região, o que significa 2.866 micros e pequenas empresas instaladas na região, demonstradas na tabela 01.

Figura 01 – Mapa do RIO GRANDE DO NORTE



Tabela 01 – Número de empresas segundo o tamanho da Região do Seridó

Município	Micro	Pequeno	Médio	Grande	Nº Total
Caicó	93,09%	6,26%	0,41%	0,24%	1.675
Currais Novos	94,30%	5,44%	0,26%	-	1.191

Fonte SEBRAE/RN 2003

Para uma micro-empresa se manter no mercado necessita de informações financeiras e patrimoniais, ou seja, informações contábeis. Elas ressaltam o posicionamento dos negócios gerados pelos empreendimentos, conduzindo às técnicas de controle desenvolvidas pelos micros e pequenos empresários.

A viabilidade de execução da proposta reflete-se na vontade de envida-se esforços no sentido de implementar ações que investiguem a utilização e a tempestividade das informações contábeis no cotidiano operacional das micros e pequenas empresas do Seridó, onde se deverá ressaltar e identificar os instrumentos utilizados e desenvolvidos no controle dos negócios.

A administração, quando se desenvolve associada a um sistema de informação, pode possibilitar a fluidez de ações gerenciais, o processo de gestão, fornecendo subsídios para planos operacionais e comparabilidade de resultados no tempo, que, quando confrontados, nortearão as resoluções futuras.

1.6 PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

Descreve minuciosamente as atividades que foram executadas ao longo da pesquisa, ou seja, é o desenho metodológico que se adota.

O método de abordagem que foi desenvolvido na pesquisa é o dedutivo. De acordo com Lakatos e Marconi (2002, p. 47) essa abordagem examina os casos de aplicação da teoria do caos em estudos avaliativos, aplicando métodos estatísticos, componentes principais, ou análise fatorial e buscando indicadores comuns aos casos analisados. A pesquisa adotada neste estudo foi a pesquisa descritiva, que, na concepção de Gil (2002, p. 43), tem como principal objetivo descrever características de determinada população ou fenômeno ou estabelecimento de relações entre variáveis. Uma de suas características mais significativas reside na utilização de técnicas padronizadas de coletas de dados.

Na opinião de Selltiz e outros (1974, p. 41), os estudos descritivos têm como objetivo primordial a descrição de características de uma determinada população ou fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Gil (2002, p. 47) usa o mesmo argumento quando diz que algumas pesquisas, embora definidas como descritivas em razão de seus objetivos, acabam servindo para propiciar uma nova visão do problema, o que as aproxima das pesquisas exploratórias. Ainda afirma que as pesquisas descritivas, juntamente com as exploratórias, são as utilizadas pelos pesquisadores sociais preocupados com a atuação prática.

O processo de coleta de dados foi realizado por meio de observação da realidade e entrevista pessoal com o proprietário, e com base num roteiro pré-estabelecido.

Para Mattar (1996, 16), a entrevista versa no contato pessoal entre entrevistador e entrevistado, para aquisição dos dados.

De acordo com Triviños (1992, p. 28), “a entrevista deve ser semi-estruturada, valorizando o investigador e oferecendo todas as possibilidades para que o entrevistado alcance liberdade e espontaneidade necessária para o fornecimento das informações”.

Além disso, lançou-se mão da pesquisa bibliográfica, sendo consideradas fontes biográficas: livros de leitura corrente ou de referência, revistas científicas, jornais, páginas de web / sites, dissertações e teses. Tal acervo foi utilizado no momento de elaboração dos formulários, como também na análise e interpretação dos dados coletados.

Gil (2002, p. 50), “explica que a pesquisa bibliográfica é desenvolvida mediante matéria já elaborada, principalmente livros e artigos científicos”.

Os dados foram analisados com base numa combinação dos enfoques qualitativos e quantitativos. Procurou-se conhecer não apenas a frequência dos fenômenos, mas principalmente como e por que ocorrem. Os dados quantitativos foram analisados utilizando-se métodos estatísticos simples, como frequência, percentual e percentual acumulado.

De acordo com Beuren (2003, p. 91), a abordagem quantitativa caracteriza-se pelo emprego de instrumentos estatísticos, tanto para a coleta quanto ao tratamento dos dados, sendo utilizado frequentemente nos estudos descritivos. Os dados qualitativos foram analisados utilizando-se um tratamento diferenciado, em que todas as respostas foram levadas em consideração e, a partir delas, procurou-se agrupar as informações com conteúdos semelhantes e diferentes.

1.7 O UNIVERSO E A AMOSTRA DA PESQUISA

Esta pesquisa propôs a estudar a gestão econômico-financeiras das micros e pequenas empresas da região do Seridó. De acordo com o SEBRAE (2003, p.40), a região do Seridó

estudada apresenta 2866 (duas mil oitocentas e sessenta e seis) micros pequenas empresas, conforme explanado no quadro 01.

Quadro 01 – Número de Micros e Pequenas Empresas da Região do Seridó

Município	Nº Total
Caicó	1.675
Currais Novos	1.191
Total	2.866

Fonte SEBRAE/RN 2003

A População ou universo da pesquisa representa a totalidade de elementos que apresentam uma coleção de atributos similares. Gil (2002, p. 43) define população ou universo como o conjunto de elementos que possuem determinadas características.

Após a definição da população, deve-se levar em consideração o tamanho da amostra que será previsto para a realização da pesquisa. Segundo Beuren (2003, p. 56), a população ou universo de investigação está diretamente relacionado ao assunto a ser trabalhado e, invariavelmente, as amostras, frações ou parcelas da população devem ser obtidas mediante a aplicação de uma técnica adequada e específica de amostragem. Já na opinião de Lakatos e Marconi (2002 p. 40) “a amostra constitui uma porção ou parcela convenientemente selecionada do universo. Sendo “n” o numero de elementos da amostra, a mesma pode ser representada pela letra minúscula “x”, tal que $x_n = x_1; x_2; x_3...; x_n < x_n$ e $n < ou = n$.”

Basicamente, os tipos de amostragem estão classificados em dois grandes grupos: Amostragem probabilística e não probabilística.

Na amostragem probabilística, de acordo com Lakatos e Marconi (2002, p. 41), há a possibilidade de ser submetida a tratamento estatístico, o que permite compensar erros amostrais e outros aspectos relativos à representatividade e relevância da amostra. Isso significa que cada um dos elementos da população-alvo tem uma probabilidade conhecida e diferente de zero de ser escolhida num processo de sorteio.

Enquanto que, de acordo com Martins, G. (2000, p. 47), a amostragem não probabilista ocorre quando há uma escolha deliberada dos elementos da amostra. Nesses casos, não é possível generalizar os resultados da pesquisa para a população, pois as amostras não probabilísticas não garantem a representatividade da população.

Do total de 2866 MPE's, a amostra selecionada por conveniência da pesquisadora compreende 10% desse total. Esse percentual justifica-se quando se leva em consideração a homogeneidade da população-alvo. No entanto, por causa das dificuldades em relação à receptividade dos proprietários, foram efetivamente entrevistados 143 (cento e quarenta e três) empresários ou diretores dessas empresas. Essa amostra nos permite generalizações sobre a população. Sinalizando, entretanto, ferramentas e aspectos gerenciais pouco evidenciadas.

1.8 ORGANIZAÇÃO DA DISSERTAÇÃO

A estrutura do trabalho compõe-se de cinco capítulos, incluídos a introdução e a conclusão.

No primeiro capítulo, é caracterizado o objeto de investigação deste estudo, bem como seus objetivos, justificativa, procedimento metodológico adotado, o universo e a amostra da pesquisa, a organização da dissertação, os termos e as expressões relevantes e as limitações do estudo.

O segundo capítulo aborda um breve histórico da pequena e média empresa no Brasil, no Rio Grande do Norte e na Região do Seridó, no Estado do Rio grande do Norte. Aqui foram evidenciadas sua relevância e suas características.

O terceiro capítulo apresenta as considerações sobre o uso da contabilidade na gestão das MPE's. Foram notados a evolução da contabilidade, a contabilidade e o processo decisório, os procedimentos administrativos e seus reflexos na tomada de decisão, a contribuição da informação contábil na gestão da MPE e o ambiente econômico, enfatizando gestão de custo, formação de preços, lucro e o controle de caixa.

No quarto capítulo, está exposto o resultado da pesquisa com as MPE's da Região do Seridó com os relativos resultados do estudo.

E, no final do trabalho, apresenta-se conclusões e recomendações para futuros trabalhos.

1.9 LIMITAÇÕES DO ESTUDO

O presente trabalho limita-se à apresentação da realidade gerencial e da utilização da informação contábil pelos micros e pequenos empresários da região do Seridó do Estado do Rio Grande do Norte, Conforme amostra definida anteriormente.

No desenvolvimento da presente pesquisa encontrou-se limites para a consecução da mesma, pois as constantes visitas aos microempresários da Região do Seridó, na maioria das vezes frutíferas, em determinados momentos foram de desencontros, devido aos horários inconstantes dos gestores.

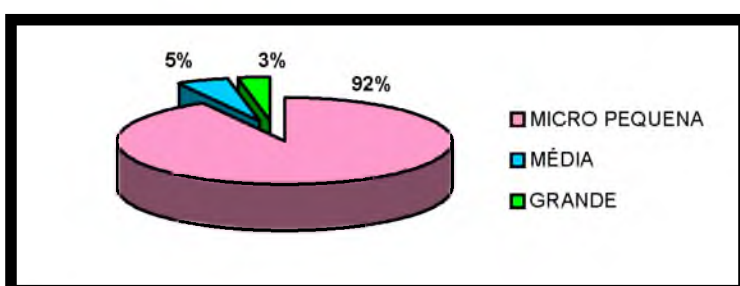
Uma outra limitação é a não utilização de uma amostra representativa do universo, o que impossibilita o trabalho de apresentar generalizações.

CAPÍTULO 2
UM BREVE HISTÓRICO DAS MPE's

2.1 A atuação do segmento no Brasil

As MPE's, no Brasil apresentam uma participação de 92% no total de Empresas do país, conforme demonstra o gráfico 01. De acordo com SEBRAE (2003, p. 25), esse contingente é de aproximadamente 3.900.000 (Três milhões e novecentos mil) empreendimentos.

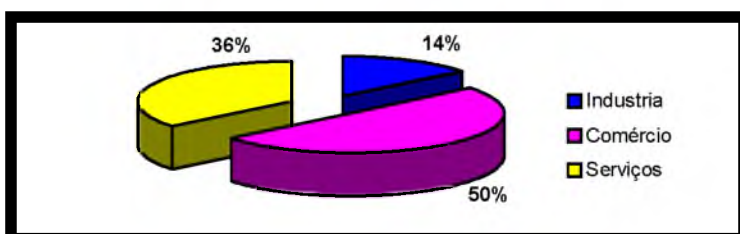
Gráfico 01 – Participação das MPE's no Total de Empresas



Fonte: SEBRAE-SP (2000, p.09).

O papel das MPE's no Brasil é bastante relevante. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2003, p. 21), estima-se um total de dois milhões de micro e pequenas empresas de comércio e serviços em operação no País, que ocupavam cerca de 7,3 milhões de pessoas, ou seja, 9,7% da População Ocupada. Essas empresas geraram R\$ 168,2 bilhões em receita operacional líquida e R\$ 61,8 bilhões em valor adicionado. Sua participação nos setores de atividades é demonstrado no gráfico 02.

Gráfico 02 – Representatividade das MPE's nos setores de atividades



Fonte: IBGE (2003, p.09).

Ainda de acordo com o IBGE (2003, p. 21), as MPE's vêm aumentando gradativamente sua participação no segmento de comércio e serviços.

De forma geral, esse crescimento ocorreu com mais intensidade nas empresas comerciais, refletindo a maior viabilidade do pequeno investidor se estabelecer nessa atividade, em função da exigência de menor volume de investimento e de requisitos de qualificação profissional mais baixos. Por outro lado, este segmento empresarial, organizado na forma de mercearias, quitandas, pequenos mercados, sapatarias, lojas de roupas, bazares, armarinhos, etc., atende à demanda de necessidades básicas do consumidor, estando normalmente estabelecido próximo ao local de moradia, o que implica maior dispersão no Território Nacional.

Diversos critérios têm sido usados para qualificar as MPE's quanto ao porte, dependendo do objeto de segmentação, patrimônio líquido, número de empregados e faturamento são alguns usados. No entanto, fatores ambientais, de mercado e de tecnologia, interferem na padronização.

Existem entre os pesquisadores três critérios que segmentam as MPE's: os critérios quantitativos, qualitativos e mistos (também denominados de quantitativos combinados e qualitativos combinados). “Os critérios quantitativos são econômicos. Estes, ao conceituarem as pequenas empresas, ajudam a explicar seu comportamento social. Já os critérios qualitativos, de natureza mais social, ajudam na compreensão do seu comportamento econômico”.(Leone, 1991, p. 54).

Na opinião de Albuquerque (2004, p. 41), esses critérios são de muitos tipos e tocam em diferentes componentes da atividade empresarial. De acordo com Leone (1991, p.55) os critérios escolhidos e suas medidas vão depender, efetivamente, dos fins que se tem em vista. Ainda na opinião de Albuquerque (2004, p. 42), a variedade de critérios demonstra a diversidade dos fins que se pretende alcançar, ou o ponto de vista do qual se quer estudar a pequena empresa.

Os critérios quantitativos proporcionam a oportunidade de análises comparativas e estatísticas de tendência temporal e se referem a diferentes partes da atividade empresarial.

Especulam fatores relacionados ao porte, faturamento, quantidade de empregados, participação percentual no mercado em relação à exportação, PIB (Produto Interno Bruto), etc.

Ainda conforme Albuquerque (2004, p. 42), os critérios qualitativos permitem o entendimento da dinâmica organizacional, proporcionando uma imagem fiel das empresas. Referem-se à estrutura interna, sua organização, técnicas comerciais e operacionais, qualidade de produtos, serviços e atendimento, satisfação de funcionários e clientes. Albuquerque (2004, p. 42), explica que os critérios mistos normalmente são uma ligação entre os critérios qualitativos e quantitativos. Eles combinam indicadores econômicos com características sociais e políticas.

Segundo Perecin (1984, p. 5), os critérios utilizados para classificação e conceituação de empresas de pequeno porte estão demonstrados no quadro 02.

Quadro 02 – Critérios de Classificação das Empresas de Pequeno Porte

Quantitativos	Quantitativos Combinados
<ul style="list-style-type: none"> - Número de Empregados; - Valor do Faturamento; - Valor do ativo fixo no item imobilizado líquido. 	<ul style="list-style-type: none"> - Número de empregados e valor de faturamento; - Número de empregados e valor do ativo imobilizado líquido; - Valor do ativo imobilizado líquido e valor do faturamento.
Qualitativos	Qualitativos Combinados
<ul style="list-style-type: none"> - Incipiente especialização em termos de organização e administração; - Dificuldades de acesso ao mercado de capitais; - Dificuldades de obtenção de crédito; - Relacionamento pessoal do empresário ou administrador com seus empregados; - Relacionamento pessoal do empresário ou administrador com seus clientes; - Participação e domínio dos respectivos mercados; - Independência de grupos de empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ausência de organização com estrutura financeira inadequada; - Incipiente administração com dificuldades de obtenção de créditos e/ou acesso ao mercado de capitais.

Fonte: Perecin (1984, p.05).

Leone (1991, p. 56), argumenta que os melhores resultados para classificação das empresas podem ser obtidos utilizando-se critérios mistos, com elementos quantitativos e qualitativos, interdependentes entre si. Coloca ainda o autor que a combinação ideal vai depender dos objetivos específicos de cada iniciativa.

Entretanto, essa classificação varia de acordo com o órgão que a utiliza. Os principais órgãos que interatuam com as MPE's possuem cada um, um critério próprio de segmentação.

No Brasil, de acordo com a legislação em vigor, existem duas leis que tratam do aspecto legal das MPE's: a Lei do SIMPLES e o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte.

A lei federal nº 9.317/96 (apud Oliveira, I. 2002, p.10) editada pela Receita Federal, criou o chamado Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições – SIMPLES. Essa lei estabelece tratamento diferenciado nos campos de impostos e contribuições, reduzindo a carga tributária e simplificando a forma de recolhimento de tributos federais, determinando enquadramento próprio. Assim, uma empresa com renda bruta anual igual ou inferior a 120 mil reais, será microempresa (ME), enquanto empresa de pequeno porte (EPP) será aquela cuja renda anual não ultrapassar a 1,2 milhões de reais.

A lei 9.841/99 (apud Oliveira, I. 2002, p.10), que instituiu o Estatuto da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte, cujo objetivo é facilitar a constituição e o funcionamento da micro e pequena empresa, visando assegurar o fortalecimento e a participação no desenvolvimento sócio-econômico, em seu Art.2º, considera:

I – Microempresa, a pessoa jurídica e a firma mercantil individual que tiver receita bruta anual, igual ou inferior a 244 mil reais;

II - Empresa de Pequeno Porte, a pessoa jurídica e a firma mercantil individual que não se enquadra como microempresa e tiver receita bruta anual superior a 244 mil reais e igual ou inferior a R\$1,2 milhões.

De acordo com o IBGE (2003, p. 17), não há unanimidade sobre a delimitação do segmento das micros e pequenas empresas, como evidencia o quadro 03. Observa-se, na prática, uma variedade de critérios para a sua definição, tanto por parte da legislação específica, como por parte de instituições financeiras sociais e órgãos representativos do setor, ora baseando-se no valor do faturamento, ora no número de pessoas ocupadas, ora em ambos. A utilização de conceitos heterogêneos decorre do fato de que a finalidade e os objetivos das instituições que promovem seu enquadramento são distintos (regulamentação, crédito, estudos, etc.).

Quadro 03 - Definição de micro e pequenas empresas

Critérios de enquadramento	Valor de receita	Número de pessoas ocupadas
Lei nº 9.841 de 05/10/1999 Microempresas Empresas de pequeno porte	Até 244 mil reais De 244 mil reais a 1,2 milhões de reais	
Sebrae Microempresas Empresas de pequeno porte		Até 9 De 10 a 49
BNDES (critério dos países do Mercosul para fins creditícios) Microempresas Empresas de pequeno porte	Até 400 mil dólares (cerca de 940 mil reais) De 400 mil dólares a 3,5 milhões de dólares (cerca de 8,2 milhões de reais)	

Fonte: IBGE (2003, p. 17)

As instituições financeiras utilizam-se do critério do faturamento em suas operações de crédito. A Receita Federal também utiliza o critério do faturamento para efeitos da política fiscal.

O Banco de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES, classificam a empresa pelo valor do ativo imobilizado, cujo objetivo é visualizar a dimensão física da empresas.

O Banco do Brasil (2001, p. 12) classifica as empresas quanto ao porte, de acordo com o seu faturamento anual. Considera microempresa aquelas com o faturamento até R\$ 221.000,00 e pequena empresa, acima de R\$ 221.000,00 até R\$ 1.200.000,00.

O Mercosul (www.mdic.gov.br) considera MPE o empreendimento que tem receita bruta anual até US\$ 400 mil e pequena empresa a que tem receita bruta anual acima de US\$ 400 mil e inferior a US\$ 3.500 mil.

Conforme vimos no quadro 03, o IBGE adota o critério de classificação pelo número de empregados. Outra entidade que também adota o mesmo critério é o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE.

No Brasil, as pesquisas realizadas por instituições como o SEBRAE e o IBGE têm apontado a representatividade dessas empresas e sua relevância social e econômica. Ramiro e Carvalho (2002, p. 129) apontam a importância das MPE's em relação à geração de empregos e à participação na economia nacional, de acordo com a Tabela 02.

Tabela 02 - Importância sócio-econômica das MPE's

Representatividade das MPE's	Porcentagem
Empregos com carteira assinada	50%
Empregos Informais	100%
Participação no PIB	25%
Participação nas exportações	2%

Fonte: Ramiro e Carvalho (2002 p. 129).

Segundo Castor (2000, p. 51), de acordo com o Ministério da Previdência Social, existem dois milhões de empresas legalmente registradas no país, das quais 800 mil estão enquadradas no regime fiscal do Simples, ou seja, são pequenas e microempresas, empregando 17 milhões de trabalhadores com carteira assinada.

A MPE possibilita uma maior empregabilidade, seja formal ou informal. Ela atua como empresa terceirizada ou de operações complementares das médias e grandes empresas. Atua onde

as médias e grandes empresas não apresentam interesse em desenvolver seus negócios. Pinheiro (1996, p. 59), “ênfatiza que a empresa de pequeno porte possibilita uma maior absorção de mão-de-obra, até não qualificada, forma mão-de-obra, complementa as atividades da grande empresa e permite a desconcentração espacial das atividades econômicas, distribuindo melhor a renda e ampliando a classe média”.

Conforme o IBGE (2003, p. 30), as micros e pequenas empresas podem ser de dois tipos: empregadoras e familiares. As MPE's empregadoras foram definidas como aquelas que tinham pelo menos uma pessoa na condição de empregado em 2001 e as familiares como aquelas em que apenas trabalhavam os proprietários, os sócios e/ou membros da família. Ainda segundo o IBGE (2003, p. 18), são características das micros e pequenas empresas:

- baixa intensidade de capital;
- altas taxas de natalidade e de mortalidade: demografia elevada;
- forte presença de proprietários, sócios e membros da família como mão-de-obra ocupada nos negócios;
- poder decisório centralizado;
- estreito vínculo entre os proprietários e as empresas, não se distinguindo, principalmente, em termos contábeis e financeiros, pessoa física e jurídica;
- registros contábeis pouco adequados;
- contratação direta de mão-de-obra;
- utilização de mão-de-obra não qualificada ou semiquificada;
- baixo investimento em inovação tecnológica;
- maior dificuldade de acesso ao financiamento de capital de giro; e
- relação de complementaridade e subordinação com as empresas de grande porte.

Os empreendedores que desenvolvem atividades comerciais devem estar preparados para as agruras do mercado, na opinião de Oliveira (2001, p.45), ao montar uma empresa, o empreendedor deve estar preparado para enfrentar as adversidades do mercado, com iniciativa e disposição para resolver os problemas que surgem. É necessário também que envolva todas as pessoas que participam do processo, de modo que os mesmos “vistam a camisa” de sua empresa.

Bortoli Neto (1980, p. 139) cita que é comum ouvir reclamações de empreendedores com relação aos seguintes problemas: a falta constante de capital de giro; dificuldade cada vez maior na obtenção de empréstimos bancários ou financiamentos (garantias reais exigidas acima da capacidade da empresa); elevação da taxa de juros; elevação do grau de endividamento; dificuldades na obtenção de descontos de duplicatas; falta de mão-de-obra e pessoal administrativo qualificado... E o autor continua, afirmando que muitos empresários atribuem o insucesso a fatores de ordem exógena (elevação de juros e taxas, mão-de-obra, legislação tributária, etc), esquecendo, em estado consciente ou não, que, muitas vezes, os problemas são decorrentes de sua forma de agir. E finaliza destacando que grande parte das dificuldades dessas empresas pode ser resolvida com novas orientações nas decisões de nível estratégico e não através de medidas complacentes constantemente solicitadas ao Governo Estadual ou Federal.

Todo empreendimento se origina acreditando na possibilidade de crescer, prosperar e contribuir para o desenvolvimento econômico do empreendedor e do mercado da Região na qual está inserido. Para garantir estas condições, segundo Oliveira (2001, p. 46), “os empresários necessitam adquirir conhecimentos gerenciais, de forma a tomar decisões oportunas, baseadas na sua experiência e nas informações contábeis”.

2.2 A relevância do segmento no Estado do Rio Grande do Norte

A mesma relevância que as MPE's representam para o Brasil é observada quando se analisa o Estado do Rio Grande do Norte. O SEBRAE/RN realizou um censo em que analisou a partir dos critérios localização e profundidade, 18 municípios do Estado, a saber, na tabela 03.

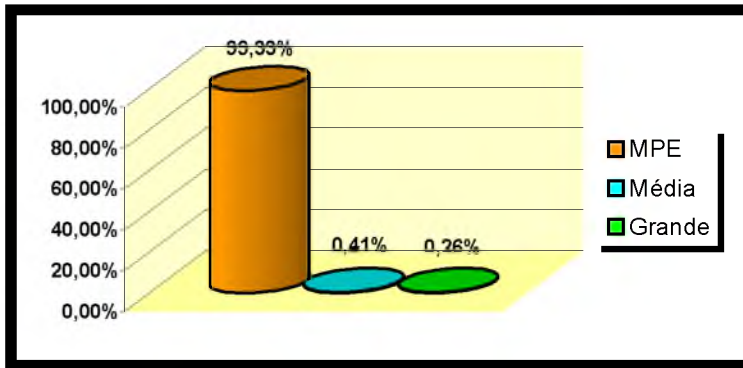
Tabela 03 – Número de empresas segundo o tamanho e a localização

MUNICÍPIO	MICRO	PEQUENO	MÉDIO	GRANDE	Nº TOTAL
Assu	95,47%	4,14%	0,39%	-	1.037
Caicó	93,09%	6,26%	0,41%	0,24%	1.675
Ceará-Mirim	98,40%	1,60%	-	-	1.065
Currais Novos	94,30%	5,44%	0,26%	-	1.191
Extremoz	98,11%	1,89%	-	-	408
João Câmara	97,62%	2,23%	-	0,15%	878
Macaíba	96,89%	2,97%	0,14%	-	867
Macau	98,62%	1,18%	-	0,20%	589
Mossoró	94,33%	4,95%	0,50%	0,22%	5.932
Natal	91,80%	7,23%	0,48%	0,49%	22.994
Nísia Floresta	92,42%	7,58%	-	-	185
Nova Cruz	93,00%	6,42%	0,58%	-	554
Parnamirim	93,36%	5,91%	0,63%	0,10%	2.625
Pau dos Ferros	94,86%	5,00%	0,14%	-	1.056
Santa cruz	96,77%	2,27%	0,64%	0,32%	781
Santo Antônio	98,74%	1,26%	-	-	397
S.G. Amarante	96,66%	2,86%	0,36%	0,12%	1.235
Tibau do Sul	94,05%	5,45%	-	0,50%	240

Fonte CEMP (apud SEBRAE/RN 2003, p. 37)

O Gráfico 03 demonstra a participação das MPE's no total de empresas cadastradas pela CEMP – Cadastro Empresarial. Neste cadastro, os empreendimentos estão relacionados segundo a classificação adotada pelo IBGE, que estabelece uma codificação para os diversos gêneros, reunindo-os sob a denominação de CNAE – Cadastro Nacional de Atividades Empresariais. Os percentuais de participações encontrados são de que as MPE's representam 99,33% do total das empresas cadastradas, as médias 0,41% e as grandes 0,26%. Conseqüentemente, comprovamos a importância das MPE's para o desenvolvimento do Estado, constatando a força sócio-econômica e a expressividade da MPE no Rio grande do Norte.

Gráfico 03 – Participação das MPE's no total de empresas do RN



Adaptado pela autora, de acordo com tabela SEBRAE 2003.

Segundo o IBGE (2003, pgs. 48, 49, 50), as MPE's do Estado do Rio Grande do Norte têm sua maior representatividade nos setores de comércio e serviço, conforme demonstra o quadro 04.

Quadro 04 – MPE's de comércio e serviços, pessoal ocupado, salários, retiradas e outras remunerações, valor adicionado e receita operacional líquida.

Grandes Regiões e Unidades da Federação		Nº de Micro e Pequenas Empresas	Pessoal ocupado em 31/12	Salários, Retiradas e Outras Remunerações	Valor Adicionado (1)	Receita Operacional Líquida
Rio Grande do Norte	Comércio	12.717	39.046	91.744,00	149.574,00	826.559,00
	Prestação de Serviço	5.191	33.138	118.494,00	232.824,00	313.677,00
	Total	17.908	72.184	210.238,00	382.398,00	1.140.236,00

Fontes: IBGE, 2003.

Tomando-se por parâmetro a arrecadação do Imposto Circulação Mercadoria e Serviço - ICMS do RN, no ano de 2001, entende-se melhor a representatividade da MPE na economia. Das 18.916 empresas cadastradas como contribuintes 94,86 % delas geraram apenas 12,36 % da arrecadação estadual, enquanto 5,14 % das empresas foram responsáveis por 87,64 % do ICMS, de acordo com o SEBRAE (2003 p. 37).

Ainda de acordo com o SEBRAE (2003, p. 38), os dados de 2002 revelam que os municípios pesquisados pelo CEMP têm expressiva contribuição à arrecadação de impostos, conforme quadro 05, contendo informações prestadas pela Secretaria de Tributação do Estado.

Quadro 05 – Arrecadação de ICMS por Município / 2002

Município	R\$	Município	R\$
Natal	643.353,60	Nova Cruz	1.909,80
Mossoró	55.145,00	Assu	1.844,60
Parnamirim	52.068,30	Santa Cruz	1.793,30
S.G. Amarante	37.544,80	Ceará-Mirim	1.636,20
Caicó	9.134,30	João Câmara	904,90
Macaíba	7.159,30	Santo Antônio	609,50
Currais Novos	4.704,50	Nísia Floresta	362,40
Macau	4.392,90	Tibau do Sul	184,70
Pau dos Ferros	2.460,90	Extremoz	79,50

Fonte SET (apud SEBRAE/RN – 2003, p. 38)

As MPE's têm enorme percentual no resgate da cidadania de parcela significativa da sociedade potiguar. Por essa razão, os pequenos e micros empreendimentos estão ocupando um espaço que já foi das grandes e médias empresas, democratizando as chances, possibilitando que os pequenos cresçam e prosperem, de acordo com a capacidade de seus dirigentes. Pequenos negócios geram a maioria dos empregos formais e informais. Cerca de 96% dos novos empregos, no período de 1995-2000, foram criados por empreendimentos com até 100 empregados (SEBRAE, 2003, p.14).

No Rio Grande do Norte, conforme SEBRAE (2003, p. 54), as duas principais dificuldades apontadas pelos microempresários que continuam no ramo após três anos de atividades eram a falta de capital de giro e a carga tributária elevada.

As MPE's têm cada vez mais desenvolvido um papel preponderante nas políticas públicas, cabendo aos governantes, apontar caminhos, usando práticas inovadoras, para atuar no diagnóstico das MPE's, implementando ações eficientes e transparentes.

Segundo o SEBRAE (2003, p. 73), o Rio Grande do Norte é um Estado de enorme potencial, mas não tem conseguido levar à população os benefícios de suas riquezas, tão diversas como petróleo, frutas tropicais, apicultura, pecuária de pequeno porte, turismo ou camarão. Tem esse Estado condições de produzir, com qualidade e singularidade, diversos bens e serviços que se incorporem em cadeias produtivas, trazendo vantagem para diversos elos da cadeia, principalmente os micros e pequenos negócios.

2.3 A importância das Micros e Pequenas Empresas para a região do Seridó-RN

De acordo com a tabela 03 do Estado do Rio Grande do Norte, apresentada no item anterior, a região do Seridó depara-se com uma superioridade quantitativa de MPE's em relação às empresas de médio e grande porte, conforme demonstram a tabela 04 e o gráfico 04, abaixo:

Tabela 04 – Número de empresas segundo o tamanho

MUNICÍPIO	MICRO e PEQUENA	MÉDIO	GRANDE	Nº TOTAL
Caicó	99,35%	0,41%	0,24%	1.675
Currais Novos	99,74%	0,26%	-	1.191

Fonte SEBRAE/RN (2003 p. 37).

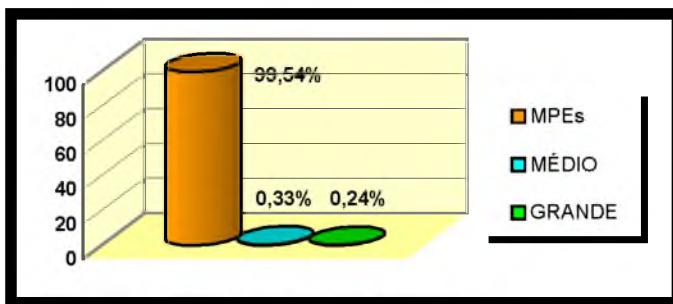


Gráfico 04 – Participação das MPE's

As MPE's do Seridó tornaram-se um importante sustentáculo da economia da região. De acordo com o SEBRAE (2003, p. 59), as micros e pequenas empresas precisam também de um conjunto de ativos territoriais específicos daquela rede de micro e pequenas empresas, com capacidade para criar e inovar em determinados segmentos empresariais.

No Rio Grande do Norte, por exemplo, a cidade de Caicó produz bonés, aproveitando ativos que lhe permitem ser mais eficiente nessa atividade, tanto em termos tecnológicos quanto institucionais. No setor comercial, evidenciaram-se as empresas de confecções, calçados, eletrodomésticos e alimentos, e no setor de prestação de serviços, expandiram-se as empresas na área de informática, clínicas de saúde (médica e odontológica), viagens, turismo, vigilância e segurança. A distribuição percentual das principais atividades econômicas desenvolvidas na região do Seridó está demonstrada na tabela 05 e no gráfico 05, abaixo.

Tabela 05 - Principais Atividades Econômicas das MPE's do Seridó

MUNICÍPIO	COMÉRCIO	INDÚSTRIA	SERVIÇOS	TOTAL %
Caicó	44,00%	38,35%	17,65%	100%
Currais Novos	48,36%	27,79%	23,85%	100%
Total Seridó	46,18%	33,07%	20,75%	100%

Fonte SEBRAE/RN (2003, p. 40)

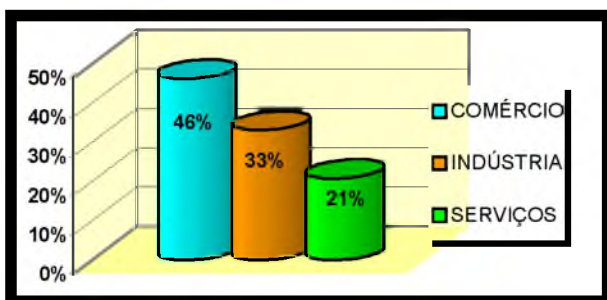


Gráfico 05 – Atividades econômicas

De acordo com os percentuais acima demonstrados no gráfico 05, as MPE's do Seridó apresentam um certo equilíbrio em relação aos setores de mercado: o maior percentual é o do comércio, com 46,18% das MPE's; devido à expansão das pequenas fábricas de bonés na região, a indústria apresenta o segundo maior percentual com 33,07% e a prestação de serviços aparece com o percentual de 20,75%.

As MPE's da região do Seridó destacam-se pela sua importância na economia local, tanto como alternativa de investimento, quanto na geração de emprego e renda.

Pelo o exposto, o presente estudo almeja contribuir para aprofundar o conhecimento sobre as MPE's do Seridó, observando e identificando as características estruturais e as técnicas administrativas utilizadas na gestão das MPE's, no tocante a decisão de natureza econômico-financeira, contribuindo para a construção do perfil empresarial da região, evidenciando as informações contábeis geradas e seu emprego no processo de tomada de decisão.

CAPÍTULO 3
REFERENCIAL TEÓRICO

3.1 INTRODUÇÃO

Constatando as diferenças entre os microempresários, ocasionadas pelas suas divergentes carências e características, surge a preocupação com a permanência de muitas das MPE's no mercado. Para Oliveira, D. (2002, p. 23), as causas de sucesso e insucesso das MPE's demonstram que essas empresas são frágeis, devido principalmente à falta de experiência do empresário, a descapitalização e à falta de profissionalização na gestão da empresa. Mesmo assim, as pequenas empresas representam importante papel no desenvolvimento de uma nação, principalmente pela quantidade de empregos que oferecem.

Neste capítulo, encontra-se a fundamentação teórica do presente trabalho. Inicialmente são abordadas as caracterizações das MPE's em relação ao ramo, ao tempo de atuação, à importância na geração de empregos e à formação educacional do administrador, evidenciando a experiência e a intuição (tino comercial). Na sequência, faz-se uma incursão teórica em noções sobre a evolução da contabilidade, tomada de decisões que repercutem na lucratividade e no progresso dos negócios e informações contábeis para compor o preço de venda dos produtos ou serviços.

3.2 CARACTERIZAÇÃO DA MPE

É visível o papel desempenhado pelas MPE's no Brasil, no Estado do Rio Grande do Norte e na região do Seridó. Sua importância é evidente na bibliografia consultada e no estudo desenvolvido no capítulo 02 deste trabalho de pesquisa. Segundo Lakatos (1997, p. 204), o desempenho das MPE's é relevante no plano político, econômico e social, constituindo-se na base para uma economia descentralizada, absorvendo mão-de-obra, produzindo bens e serviços e, conseqüentemente, contribuindo no produto interno bruto.

O que fará o Brasil crescer serão as forças como pequenos e médios empresários, e também jovens empreendedores que abrem franquias nos mais diferentes pontos do país. O importante não é mais uma grande e abrangente política econômica, e sim a eficiência gerencial de milhares de pequenas e médias empresas. Se estas falharem no seu trabalho, aí sim o Brasil não irá mais para frente. (Kanitz, 1995, p. 68).

As MPE's atuam em todos os setores, apresentando sempre um percentual maior de atuação no setor comercial, tanto em nível nacional, como estadual ou regional, vindo em segundo lugar a prestação de serviços, principalmente no campo de hotelaria e alimentação, e, por último, o setor industrial, que, por ser um ramo que geralmente necessita de um investimento maior, apresenta menor interesse por parte dos microempresários. De acordo com Oliveira, I. (2002, p. 12), um aspecto a ser considerado no cenário globalizado diz respeito à produtividade limitada dos pequenos negócios, devido ao tamanho da empresa. Por isso, a contribuição econômica que a MPE pode oferecer, vai variar em consonância com o setor de atividade em que ela atua. Por exemplo, uma MPE dificilmente poderá fabricar veículos automotores, maquinários agrícolas pesados ou aeronaves, mas poderá se destacar oferecendo peças para a fabricação ou efetuando conserto dos mesmos. MPE's de alta tecnologia surgem com maior frequência; a maioria delas trabalha como subcontratante de outras maiores, fornecendo peças e componentes. No Brasil, as MPE's já participam de negócios subcontratados, oferecendo parcela de seus produtos e serviços às médias e grandes empresas.

A globalização impulsiona as MPE's. É considerável o número de pessoas que estão optando pela abertura da sua própria empresa, por motivação pessoal ou empurradas pelos processos de terceirização ou demissões. De acordo com Ramiro e Carvalho (2002, p. 09):

O trabalho sem patrão é fruto de uma revolução que começou no final dos anos 70. Nos últimos 20 anos, o modelo de gerenciamento das empresas passou por uma reviravolta. A produtividade cresceu num ritmo alucinante. Hoje, em empresas na vanguarda da tecnologia, um único trabalhador produz o mesmo que 25 deles há duas décadas. O fenômeno de diminuição do emprego formal e o aumento das iniciativas econômicas individuais são mundiais.

É significativa a participação das MPE's na economia mundial, através da contribuição na produção de bens e serviços e na absorção de mão-de-obra. Segundo Carvalho (1999, p. 52), as pequenas empresas são as que apresentam o maior potencial de crescimento, em qualquer dos ramos em que se localizem, desde que ágeis, flexíveis e eficientes, isto porque estimulam a competição, ligam produtores a clientes, quando funcionam como distribuidores, introduzem inovações e atuam como fornecedores e subcontratantes para grandes empresas.

Dados apresentados pelo SEBRAE (2003, p. 03), baseados em estatísticas do IBGE, sobre a estrutura produtiva empresarial brasileira, revelam que 49,58% dos empregados brasileiros estavam nas MPE's, nos setores industriais, comerciais e de serviços.

Souza apud Cunha (2002, p. 27) aponta como fatores da transferência da mão-de-obra das grandes para as pequenas empresas: reestruturação dos negócios (terceirização), necessidade profissional (demissões), motivação, imagem das grandes empresas (algumas falências), empreendedorismo (sonho), tecnologia (conhecimento) e crescimento do terceiro setor.

Neste contexto, um fato que deve ser ressaltado é o número de empregados que trabalham nas pequenas empresas, comparado com o número de empregados das grandes empresas. Segundo Longenecker e outros (1997, p. 33), um estudo mostra que 35% dos empregados americanos estavam nos setores industriais das pequenas empresas; no Reino Unido, 51,2% do total de empregos estão nas pequenas empresas e na Europa, 32% da força de trabalho está nas microempresas.

De acordo com Cunha (2002, p. 25), e segundo dados da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), que reúne o total de empresas formais no Brasil, de 1995 a 2000, as empresas de 100 (cem) ou mais funcionários criaram apenas 88.100 (oitenta e oito mil e cem) empregos. No mesmo período, as empresas de até 99 (noventa e nove) funcionários, consideradas pequenas, criaram 1,9 milhão de empregos.

Na visão de Figueiredo (2001, p. 41), as MPE's, regra geral, por serem empreendimentos de uso intensivo de mão-de-obra, apresentam maiores dificuldades em gerenciar o impacto dos custos trabalhistas que as relações de trabalho lhes impõem. Normalmente pagam menores salários que as médias e grandes, e, por esse motivo, quase sempre utiliza pessoas com menor qualificação, as quais acabam sendo treinadas e formadas no próprio trabalho, representando ônus que muitas vezes não apresenta retorno, devido à rotatividade dos funcionários que buscam novas oportunidades após realizarem o aprendizado na MPE.

Ainda de acordo com Figueiredo (2001, p. 40), o relacionamento dos micros e pequenos empresários com seus empregados, em resumo, caracteriza-se, pelo seguinte:

- mais da metade do número de empregados não possui registro. Os empregadores adotam forma de remuneração alternativa;
- as relações de trabalho são flexibilizadas em contatos verbais e caminham para relações informais;
- a rotatividade varia de acordo com os ramos de atividade, a oferta de trabalho na área e a forma de remuneração adotada. O “*tum-over*” é maior no comércio e nos serviços do que nas empresas industriais;
- a relação entre patrões e empregados é muito próxima e positiva, isto faz com que muitos benefícios incomuns sejam oferecidos, tais como: alimentação, vestuário, assistência médica e até viagens no final de semana;
- as contratações são feitas, principalmente, por indicações. As fontes são os funcionários mais antigos;
- fatores destacados como importantes na contratação dos funcionários são a proximidade do local de trabalho e a experiência no ramo específico;
- estas empresas quase não fazem restrições quanto à faixa etária dos candidatos a emprego.

A informalidade dos processos da relação entre empregado e patrão nas MPE's é citada por Saviani (1995, p. 41), ao constatar que não há uma documentação do conhecimento e das responsabilidades dos funcionários.

As MPE's são, em geral, organizações caracterizadas como empresas familiares, com administração não profissional, mas que possuem vantagens estruturais e funcionais que permitam melhor adaptação no ambiente de mercado. Uma pesquisa realizada no Estado do Paraná pelo SEBRAE conclui que, de modo geral, a pequena empresa é caracterizada como um empreendimento que tem até 20 empregados. É gerida pelo dono ou pela família e produz para um mercado basicamente local ou regional.

As especificidades relacionadas com as competências administrativas são as mais citadas na literatura. Quase sempre se menciona como um problema a gestão da MPE, devido ao pouco conhecimento das técnicas de gestão por parte do proprietário-gerente. Minozzi (1987, p. 85), “afirma que o dirigente não domina a tecnologia organizativa da MPE. E os poucos que buscam cursos escolares são treinados para trabalhar em grandes organizações”.

De acordo com Massuda (2003, p. 24), a empresa é muito dependente de seu proprietário, que geralmente envolve-se em todos setores da organização, além de executar várias atividades operacionais, como: visitas a clientes, controles diversos, recebimentos, compras, entregas, dentre outras.

Para Bortoli Neto (1980, p. 29), o empresário da MPE costuma ter dificuldade em identificar o que é problema ou sintoma, assim como idealizar e operacionalizar as soluções. Constantemente, ele depara-se com problemas e não sabe defini-los com precisão, sendo a solução uma tarefa desgastante e de resultados pouco significativos.

Na opinião de Pinheiro (1996, p. 54), o proprietário-dirigente não dispõe de uma consciência administrativa, faltando-lhe uma postura empreendedora para administrar o negócio. Esses dirigentes precisam ter a noção da realidade administrativa de suas empresas e percepção dos benefícios, conveniência e alcance da utilização de técnicas gerenciais básicas, pairando uma improvisação sobre a gestão desses empreendimentos.

Esta situação pode ser parcialmente explicada por Resnik (1988, p. 139), quando esclarece que muitos proprietários chegam ao mundo das pequenas empresas ignorando os números e com uma sutil aversão por eles. Seu *Background* está, em geral, nas áreas de produto e serviço ou marketing e vendas. Como os empresários não têm intimidade nem interesse pelo assunto, normalmente utilizam contadores para realizar esta tarefa. Assim, a função contábil é delegada ao contador e os empresários, na maioria das vezes, não acompanham o desenvolvimento dos negócios.

Conforme os autores acima citados, observa-se que o pouco conhecimento de gestão do empresário e sua falta de experiência são especificidades que afetam a sobrevivência da empresa.

O SEBRAE (1999) – Minas Gerais realizou uma pesquisa na qual identificou os fatores associados ao sucesso/insucesso na iniciação no mundo dos negócios. Veja Quadro 06.

Quadro 06 – Fatores associados ao sucesso/insucesso na iniciação dos negócios

RISCOS DE EXTINÇÃO	CHANCES DE SUCESSO
1. Empresa muito pequena	1. Empresa maior
2. Baixa escolaridade dos proprietários	2. Maior escolaridade
3. Ausência de experiência prévia	3. Experiência prévia
4. Experiência como autônomo no ramo	4. Experiência como funcionário de empresa em ramo similar
5. Falta de capital	5. Certa disponibilidade de capital
6. Falta de apoio profissional	6. apoio/ajuda profissional
7. Pouca preocupação com cliente/mercado	7. Foco no cliente/mercado
8. Concepção e/ou formatação errônea do negócio	8. Boa concepção de negócio
9. Abriu o negócio em resposta à pressão social/econômica	9. Abriu o negócio por vocação e/ou treino
10. Primeiro ano de atividade	10. Empreendimento mais maduro

SEBRAE – MG (1999)

Segundo Blatt (1999, p. 60), quanto mais novo o empreendimento, maior os riscos de extinção. Dentre as microempresas, cerca de 35% fecham antes de completar o primeiro ano.

Conforme Rego (1999, p. 3), um estudo realizado pelo BNDES com o título “Criação e fechamento das firmas brasileiras: uma análise por porte”, abrangendo o período de 1996 a 1999, mostra que 48% das microempresas criadas em 1996 não existem mais em 1999. No segmento das pequenas empresas, a taxa de desaparecimento medida no período da pesquisa atingiu 32,7%, contra apenas 15,3% das grandes empresas; destas, grande parte ainda justificada pelos processos de fusões após plano real.

3.3 EVOLUÇÃO DA CONTABILIDADE

A Contabilidade existe desde os povos mais primitivos, isto se percebe pela necessidade que o Homem tem de controlar, mensurar e preservar o patrimônio particular. De acordo com Hendriksen e Breda (1999, p. 58), um conjunto de antecedentes foi a capacidade de expressão, a arte escrita, o desenvolvimento da aritmética, e o uso generalizado da moeda como denominador comum. Outro conjunto foi de natureza institucional e incluía o conceito de propriedade privada, o desenvolvimento do crédito e a acumulação de capital.

A escrituração contábil nasceu antes mesmo que a escrita aparecesse, como comprovam os estudos realizados na antiga Suméria, onde os registros do patrimônio eram grifados em pedras e paredes das cavernas.

A História da Contabilidade percorreu milênios, acompanhando todos os períodos da História da Humanidade. No século XV, surgiu o método, de registro chamado Sistema das Partidas Dobradas, descoberto e expandido por Pacioli, e que é utilizado até nossos dias.

De acordo com Hendriksen e Breda (1999, p. 59), ao final do século XIX, várias mudanças haviam feito com que o sistema contábil estabelecido por Pacioli assumisse uma forma mais adequada às necessidades das grandes sociedades anônimas industriais que caracterizam nosso mundo.

A procedência da contabilidade está ligada à necessidade de apontamentos dos negócios. O ingresso das técnicas contábeis nas organizações privadas foi uma contribuição de comerciantes italianos do séc. XIII. Os empréstimos a empresas comerciais e os investimentos em dinheiro motivaram o incremento de escritas comerciais que cogitassem o interesse dos usuários externos e, ao mesmo tempo, fossem úteis aos comerciantes, em suas relações com os consumidores e os funcionários.

No Brasil, a vinda da Família Real Portuguesa incrementou as atividades da colônia, demandando conhecimentos na área fiscal e financeira, constituindo-se o Tesouro Nacional Público e o Banco do Brasil.

A evolução da contabilidade responde, como em qualquer outra área do conhecimento humano, às necessidades de informação. Franco (1993, p. 305), enfatizou que no começo do século XX (até a década de 30), não havia tantas críticas profissionais ou incerteza dos contadores quanto à adequação de seus serviços para enfrentar desafios econômicos.

Durante muitas décadas, a contabilidade pouco avançou, os contadores, conhecidos como guarda livros, tinham a função de um mero escriturário de contas, não exerciam nenhuma força administrativa. Para Motta (2000, p.12), dos anos 40 até a década de 80, nenhuma inovação importante ocorreu em relação à contabilidade. Nem por parte dos pesquisadores nem dos profissionais da área.

Com a evolução dos mercados e o surgimento das empresas de capital aberto, das ações negociadas na bolsa de valores em todo mundo, a contabilidade passou a ser vista por outro ângulo. Atualmente as funções do contabilista não se reduzem ao âmbito meramente fiscal, pois num mercado de economia complicada, tornou-se uma necessidade primordial das empresas informações precisas e confiáveis que possibilitem condições de tomada de decisão com riscos menores e permitam a atração de novos parceiros. De acordo com Iudícibus (1991, p. 26):

É importante que o profissional da área contábil exerça um esforço profundo de pesquisa na delimitação da quantidade e da qualidade de informação adicional que deve ser apresentada aos usuários da contabilidade. Deveria haver uniformização a esse respeito, pelo menos no que se refere aos grandes setores de entidades.

Relata Iudícibus (1995, p. 17), que a contabilidade pode ter seus objetivos estabelecidos considerando-se duas abordagens: na primeira, ela deve fornecer informações iguais para todos os usuários; na segunda, a contabilidade precisa dar informações diferenciadas, conforme a necessidade individual de cada cliente. Ainda de acordo com Iudícibus (1998, p. 18), o objetivo da contabilidade praticamente permaneceu inalterado ao longo dos anos. As mudanças

substanciais verificaram-se nos tipos de usuário e nas formas de informação que têm sido demandadas.

Espera-se que a contabilidade proporcione aos administradores presteza e consistência no processo de tomada de decisão. Isso poderá resultar em ganho de mercado, redução de custos, maior rentabilidade e condição de competitividade.

A decisão é importante porque seus reflexos aparecerão nos resultados operacionais. Para Mosimann (1993, p. 53), não existe decisão quando se tem só um caminho a seguir, pois o processo decisório implica, necessariamente, na escolha entre duas ou mais alternativas. Quanto maiores forem as incertezas, mais difíceis e arriscadas se tornam as decisões empresariais, fazendo com que a tomada de decisão envolva constantemente um certo grau de risco. Ainda segundo o autor, para tomar decisões, as pessoas necessitam de informações que lhes apresentem respostas às suas indagações.

Segundo Albuquerque (2004, p. 57), as ações e decisões na pequena empresa quase sempre são tomadas com base na intuição e na experiência do empresário. Essas características típicas demonstram em parte por que muitas empresas de pequeno porte encerram suas atividades antes de completar um ano de vida. Dessa forma, o dirigente da pequena empresa precisa se conscientizar de que o gerenciamento das informações internas e externas, na empresa, aumenta a possibilidade de sobrevivência e sucesso do negócio.

O mercado está em constante evolução, com técnicas cada vez mais complexas e diversificadas. O compasso das inovações nas MPE's aumenta ligeiramente e as novidades nos sistemas de contabilidade e o trato do contabilista com os microempresários em nada mudou. Isto gerou uma falta de credibilidade em relação ao profissional contábil e uma inutilidade dos registros contábeis.

Para Guerreiro (1992, p. 02), é preciso que os contadores se conscientizem, para a sua própria evolução profissional e eficácia das suas atividades, de que os gestores operativos constituem-se em uma classe especial de usuários da informação contábil. Eles são os responsáveis pela geração de resultados econômicos e, em última instância, pela continuidade da empresa. Os gestores para o atendimento da eficácia empresarial necessitam de informações adequadas aos seus modelos de decisão.

Nesse sentido, é primordial ressaltar as demandas de uma sociedade por informação. A rápida comunicação é fator primordial para a sobrevivência da empresa. Se a contabilidade surgiu da necessidade de registro e controle do patrimônio, função que desempenha ao longo do tempo, o mundo globalizado, no entanto exige explicações dos dados e direcionamentos dos negócios.

3.4 A TOMADA DE DECISÃO E O PROCESSO DE GESTÃO DAS MPE's

Um dos estudos sobre tomada de decisão foi desenvolvido por Simon (1979 p. 278). Para esse autor, o ato de decidir é essencialmente uma ação humana, comportamental, e envolve a seleção consciente ou inconsciente de determinadas ações, entre aquelas que são fisicamente possíveis para o agente e para aquelas pessoas sobre as quais ele exerce influência e autoridade.

(...) Processos administrativos são processos decisórios, pois consistem no isolamento de certos elementos nas decisões, dos membros da organização, no estabelecimento de métodos de rotina para solucionar e determinar esses elementos, e na sua comunicação àqueles por eles afetados.

A teoria da decisão tem sido preponderantemente prescritiva e normativa, procurando fundamentar regras e modelos que são recomendados para serem seguidos. A tomada de decisão gerará resultados operacionais que poderão ser positivos ou negativos. Considera-se ação primordial do processo dos negócios o controle das decisões que repercutirão na rentabilidade dos negócios, sendo importante o desenvolvimento de estratégias gerenciais.

Ansoff (1977, p. 69), categoriza as decisões nas empresas em estratégicas, administrativas e operacionais. Para esse autor, as decisões estratégicas visam potencializar os produtos da empresa no mercado, otimizando o retorno sobre o investimento feito. Já as decisões administrativas, estão voltadas para a estruturação dos recursos, como: fluxos de informação, autoridade e responsabilidade, fluxos de trabalho, etc. As decisões operacionais estão voltadas à distribuição e aplicação desses recursos na empresa. São decisões repetitivas e em grande volume.

Drucker (1967 p. 94), considera que a tomada de decisão é uma tarefa do executivo e que, para tomar a decisão eficaz, é necessário o cumprimento de seis etapas: 1) classificação do problema, se é comum, específico, a primeira manifestação do mesmo; 2) definição do problema, enfocando o negócio da empresa, ou seja, com qual prioridade deve-se analisar o problema; 3) as especificações dadas (observadas) são satisfatórias para buscar uma solução para o problema; 4) a decisão encontrada corresponde às condições desejadas, ou seja, atende às especificações do problema; 5) a decisão a ser adotada está suportada com ações concretas e 6) a decisão já foi testada anteriormente, permitindo avaliação do resultado e até a adoção de uma nova ação. Para o autor, o executivo eficaz é aquele que possui conhecimento dos elementos envolvidos no processo, sabe cada seqüência e passo a ser dado, determinando assim uma melhor performance para a organização.

Na administração das MPE's, o poder de decisão normalmente é centralizado no gestor, o qual toma para si a responsabilidade pelo sucesso ou fracasso do empreendimento. Resnik (1988, p. 15), cita que o proprietário-gerente da pequena empresa pode mostrar uma aversão perigosa aos processos básicos de administração, os quais seriam:

- a) avaliar a empresa analítica e criativamente;
- b) projetar controles gerenciais básicos;
- c) planejar a venda de mercadorias;
- d) criar uma equipe própria;
- e) estar atento para as necessidades de caixa; e

- f) desenvolver planos de ação específicos para satisfazer objetivos prioritários que refletirão positivamente na tomada de decisão.

Kassai (1996, p. 85), entende que aquele que assume a responsabilidade e o risco de um negócio com a expectativa de lucro é quem geralmente decide sobre o produto, adquire os recursos, une mão-de-obra, capital e insumos de produção. Se o negócio é bem-sucedido, o empregador ganha a recompensa dos lucros; se falha, assume as perdas.

Bueno (2003, p. 119), afirma que o dirigente que assume toda a responsabilidade está fortemente implicado no seu negócio, e sua direção é pessoal e efetiva, exercendo seu poder de gestão e de controle, de maneira que os objetivos da empresa sejam determinados pelos seus próprios objetivos. O sistema de valor de decisor, sua experiência administrativa e competência própria influenciam fortemente o processo de tomada de decisão, a sobrevivência e o desenvolvimento da empresa e, por consequência, o sucesso ou fracasso dos negócios.

O processo de tomada de decisão é um reflexo dos atos administrativos. As peculiaridades comportamentais do dirigente são componentes organizacionais e apresentam características típicas na MPE. As especificidades dos dirigentes das MPE's de acordo com Albuquerque estão demonstradas no quadro 07.

Quadro 07 – Especificidades dos dirigentes das MPE's

COMPONENTES	CARACTERÍSTICAS	ESPECIFICIDADES
Comportamental	Estilo de liderança	Comportamento autocrático
	Traços de personalidade	Autoconfiantes, autônomos...
	Competências	- Pouco conhecimento de gestão; - Pouca capacidade de entendimento da complexidade organizacional
	Crenças e atitudes	- Confiança apenas na capacidade empreendedora individual; - Indiferença às técnicas de gestão.

Fonte: Albuquerque (2004, p. 50)

O quadro 07 relaciona as características do microempresário, refletindo seus valores, atitudes, desejos, motivações, competências, experiência, estilo de liderança etc, nas ações e decisões tomadas. Tais características buscam explicar o comportamento do dirigente da MPE, e no que isso a afeta na gestão empresarial, se essas atitudes administrativas possibilitarão o sucesso ou insucesso do negócio.

Segundo Fillion (1991, p. 12), a sobrevivência e o crescimento de uma empresa dependem de seu proprietário. O futuro destas empresas dependerá de como o proprietário se comporta dentro e fora da empresa. O processo empresarial de uma empresa dependerá dos conhecimentos adquiridos pelo proprietário, oriundos de experiência profissional, capacidade intelectual e conhecimentos desenvolvidos através de estudos e formação educacional.

Os microempresários, no dia a dia do desenvolvimento dos seus negócios, deparam-se com várias decisões a serem tomadas. Apesar de muitos se considerarem auto-suficientes e seguros, encontram-se indecisos em muitos momentos, sendo essencial a prática desenvolvida em experiência anteriores. Na visão de Carullo (1998, p. 15), a maior dificuldade do pequeno empresário está relacionada ao gerenciamento. A falta de prática administrativa é um problema sério; decisões tomadas de forma aleatória, prejudicam constantemente o desempenho das pequenas empresas. Essa realidade é confirmada por Barber e outros (1989, p. 26), quando afirma que os problemas nessa área de pequenas empresas decorrem principalmente das baixas qualificações e da falta de treinamentos gerenciais e da excessiva centralização, conservadorismo e autocracia dos dirigentes que, grande parte das vezes, temem a perda do controle de seus negócios.

Oliveira (2001, p.04), constata que as empresas de pequeno porte, em sua quase totalidade, não possuem planejamento e controle formais de suas operações, desenvolvendo atividades em função das experiências dos seus empreendedores, que utilizam controles informais no processo de tomada de decisão. E ainda coloca que eles não dispõem de instrumentos capazes de identificar os erros ou acertos nas decisões tomadas.

Souza (2000, p. 19), aponta os dez erros gerenciais mais comuns cometidos por microempresários:

- ✓ ser centralizador em demasia;
- ✓ usar mal o tempo;
- ✓ ter visão fragmentada do negócio;
- ✓ pensar na empresa olhando somente para o seu passado;
- ✓ achar que pode ter sucesso sozinho;
- ✓ dedicar muitas horas a tarefas operacionais;
- ✓ misturar interesses familiares com o da firma;
- ✓ desviar, atenção, tempo, esforço e dedicação do foco principal de seu negócio;
- ✓ acreditar que já sabe tudo;
- ✓ imaginar que dá para construir uma empresa sem controle e sem noção de sua lucratividade.

O processo decisório na MPE geralmente é realizado por uma única pessoa, as atitudes tomadas são relacionadas diretamente aos valores morais do administrador, ou seja, passa a valer o seu perfil.

Matias e Lopes Jr. (2002, p. 05), descrevem o perfil do empreendedor que normalmente é o dirigente do pequeno empreendimento. É independente, seguro e confiante na execução de sua atividade profissional; tem desejo de poder, corre risco; confia em si mesmo; não depende dos outros para agir; é tenaz, firme e resistente ao enfrentar dificuldades.

Na opinião de Bilessimo (2002, p.29), a tomada de decisão na MPE está associada diretamente à intuição do sócio-gerente, dentro de estratégia de curto prazo. A centralização solicita a tomada de decisões diariamente. Pela grande frequência e pelo alto número de variáveis envolvidas no processo decisório, o tempo passa a ser curto, ocasionando a informalidade destes procedimentos.

Pereira (1983, p. 98) afirma a existência de empresários dotados de uma intuição excepcional para negócios e com um dom especial de acertarem em suas decisões. Por outro lado, quando se torna possível à fusão desses atributos de ordem pessoal, com a utilização racional de dados financeiros, amplia-se substancialmente a probabilidade de surgirem decisões cada vez mais sábias.

Na opinião de Batalha e Demori (1990, p. 92), a personalidade no modo de gerenciar pequenas empresas não é um problema, desde que o empresário não se feche para as mudanças. O que muitas vezes ocorre é que o empresário vicia sua empresa em um modo de gerenciar que pode com o tempo estar desatualizado e trazer malefícios para a empresa. Portanto, é necessário que o empresário à frente de sua empresa esteja sempre acompanhando as evoluções dos sistemas de gerenciamento, pois a falta de conhecimento das vantagens advindas das modernas técnicas administrativas e a dificuldade de acesso a processo de treinamento gerencial fazem com que o estilo gerencial destes empresários e de suas empresas encontre-se ultrapassado.

Segundo Maximiano (2000, p. 286), o conceito de personalidade abrange todos os traços de comportamento e características fundamentais de uma pessoa que permanece com a passagem do tempo e que explica as reações às situações do dia-dia. A influência do comportamento do dirigente nas ações e decisões das MPE's relaciona-se aos traços de sua personalidade.

Para Leone (1999, p. 93), o dirigente da pequena empresa se recusa a delegar funções, principalmente por não ter formalizado esses procedimentos. Fortemente implicado no seu negócio, sua direção é pessoal e efetiva, exercendo seu poder de gestão e de controle de maneira que os objetivos da empresa sejam determinados pelos seus próprios objetivos.

Oliveira (2001, p. 51), afirma que muito se discute sobre a gestão das MPE's, no sentido de que o empreendedor é um faz de tudo, ou seja, na maioria dos casos, é o responsável por todas as funções desenvolvidas pela empresa, como gestão de compras, de vendas, gestão financeira, etc. Os microempresários ainda ressaltam que falta planejamento e controle formais das operações de seu empreendimento, dificultando a avaliação de suas decisões.

As ações administrativas se refletem nos resultados operacionais e no desempenho da empresa no mercado em que atuam. Empresas bem administradas apresentam progresso e tendem a se expandirem. Administradores que se conscientizam dessa responsabilidade buscam qualificação profissional para se aprimorarem na sua função, e garantirem o sucesso do empreendimento. Segundo Borinelli (1999, p. 27), uma empresa sem administração traça um caminho sem rumo. A boa administração é o fator determinante da continuidade e sucesso, o qual consiste na capacidade de entender, dirigir e controlar a empresa.

Tal definição também é defendida por Lezana (1996, p. 04), quando afirma que o caminho para o sucesso é adquirir um conhecimento mínimo do negócio e desenvolver as habilidades necessárias para operá-lo. O autor identifica a administração como a forma exata de direcionar as atividades operacionais, desenvolvendo as etapas de planejamento, execução e controle.

O administrador de uma empresa deve ter uma visão ampla, observar todos os fatores que se integram com a empresa, sejam eles internos ou externos. Uma pesquisa realizada pelo SEBRAE – Nacional (1999) apontou fatores que, na opinião dos empresários, são os mais importantes para o sucesso da empresa: ter um bom administrador; ter bom conhecimento do mercado onde atuam e fazer uso de capital próprio.

O modelo de gerenciamento utilizado pelas MPE's reflete a personalidade do proprietário. Gibb (1983, p. 07) identificou doze influências-chave na administração das MPE's e desenvolveu algumas importantes generalizações sobre a influência do tamanho da empresa e do proprietário na administração das mesmas: Equipe administrativa muito pequena; Gerenciamento total, isto é, gerentes desempenham papéis multifuncionais; por falta de recursos, falta pessoal especializado; sistemas de controle são informais; o líder tem "poderes" abrangentes; escassez de mão-de-obra; controle limitado sobre o ambiente e poucos recursos para explorá-lo; maior intimidade da equipe de trabalho – conflitos são mais facilmente resolvidos; pouca influência para obtenção de capital; processo tecnológico limitado; pouca variedade de produtos, embora possuam grande flexibilidade; mercado e fatia de mercado limitado.

O ponto apresentado por Gibb elabora o perfil das MPE's. É interessante observar-se que não foge à realidade brasileira, os problemas se refletem no gerenciamento, nos recursos humanos e nos recursos físicos, entre outros.

De acordo com Walker e Petty II (1978, p. 16), o gerenciamento financeiro de pequenas empresas é fundamentalmente diferente do gerenciamento das grandes, simplesmente porque muitas práticas financeiras das grandes empresas não são necessárias para as pequenas. A literatura financeira aponta como preocupações principais a disponibilidade e o custo de capital, que implicam na dificuldade de aumentar o capital da empresa e, também, dificuldades na obtenção de financiamento. A pequena empresa é maleável, e cotidianamente não se preocupa com a busca de informações para que o seu administrador tome a decisão acertada no menor espaço de tempo e ao menor custo.

Observando as opiniões dos autores, percebemos que as decisões normalmente são tomadas com base na intuição e nas experiências anteriores, e que os administradores apresentam carência de técnicas administrativas e empresariais. Para Albuquerque (2004, p. 57):

As decisões normalmente são tomadas com base na intuição e experiência do empresário dirigente. Essas características típicas demonstram em parte por que muitas empresas de pequeno porte encerram suas atividades antes de completar um ano de vida. Dessa forma, o dirigente da pequena empresa precisa se conscientizar de que o gerenciamento das informações internas e externas na empresa aumenta a possibilidade de sobrevivência e sucesso do negócio.

Os microempresários não apresentam quase nenhum interesse em qualificarem-se através de cursos e estudos, que seria uma busca do aperfeiçoamento gerencial, e uma melhoria contínua dos seus empreendimentos.

Oliveira, D. (2002, p. 12), alerta para as mudanças conjunturais e econômicas que exigem das micros e pequenas empresas, criatividade, flexibilidade, tecnologia e profissionalização para se adaptar ao novo contexto da globalização, no qual muitas empresas estrangeiras concorrem com empresas nacionais.

Silva (1993, p. 68), afirma que as micro e pequenas empresas utilizam poucas ferramentas de gestão financeira, além de apresentar carência de informações gerenciais que possibilitem aos seus proprietários tomada de decisão mais segura.

Solomon (1986 p. 354) destaca uma falta de preparo administrativo dos proprietários, o que pode gerar baixa capacidade administrativa e gerencial, sendo um obstáculo à continuidade da empresa.

Após a identificação dos fatores primordiais à sobrevivência e adequabilidade da empresa com o seu espaço econômico, é necessário administrá-los, assegurando-se de que estão de acordo com as metas propostas pelos microempresários, através da implementação de controle e análise das informações contábeis disponíveis.

3.5 A INFORMAÇÃO CONTÁBIL NA GESTÃO DA MICRO E PEQUENA EMPRESA

As MPE's deparam-se com sistemas de informação contábil com direcionamento muito próprio e personalizado, não apresentando nenhuma forma definida. De acordo com Moraes (1999, p. 34), os empreendedores de pequeno porte apresentam algumas peculiaridades em relação à informação:

- não estão conscientes da importância do gerenciamento da informação;
- não dispõem de recursos financeiros para criar unidades especializadas em informação nas suas empresas;
- não dispõem de tecnologia e de cultura do uso da informação;
- são consumidores de informação ofertados por empresas de pesquisa.

Complementando, Moraes (1999, p. 35) alerta para:

A importância de modelar a informação, contemplando a seguinte estrutura básica: necessidade de informação harmonizada, informação como processo coletivo, informação gerando ganhos em relação à competitividade dos negócios e subsídio para tomada de decisão.

Na opinião de Martins (1998, p. 68), a empresa deve criar riqueza e isso requer que as informações possibilitem aos executivos fazer julgamentos informados, tanto acerca de diagnósticos da situação quanto a respeito de questionar a estratégia e as suposições da empresa sobre o negócio. Vista desta maneira, a informação, direcionará as atitudes estratégicas do futuro, que devem ser previstas para evitar erros e equívocos. Para assegurar um melhor desempenho, é necessário analisar as ações do passado, com a intenção de organizar e melhorar o processo de gestão.

As informações contábeis ou operacionais são peças chaves num processo de tomada de decisão. Informações mal formuladas, sem indícios confiáveis, levam a ações frustradas, que levam a MPE a resultados imprevistos. Dalfovo e Rodrigues (1998, p.44), em visitas às empresas, observaram problemas elementares de coleta, processamento e oferta de informações pelos sistemas informatizados. Os sistemas existentes nas empresas produziam relatórios de formatação complicada, eram pobres em informações e desestruturados, demonstrando uma desatenção com a arquitetura do sistema e influenciando negativamente a qualidade das decisões. Na opinião desses autores, a utilização adequada de informações, obtidas através de um sistema de informação bem estruturado, facilita ao executivo a tomada de decisão e o posicionamento estratégico da empresa.

A informação gerada internamente na MPE geralmente apresenta características de informalidade e centralização do administrador. Para Bilessimo (2002, p. 28):

As MPE's possuem administração centralizada, uma estrutura muito simples que necessita de quantidade menor de unidades ou funções administrativas, essa é a natureza das empresas desse porte. A satisfação dos familiares, empregados e proprietário são melhor atendidas quando não existe uma estrutura funcional sofisticada.

Nas MPE's a comunicação interna é direta; são dadas as informações necessárias para o desenvolvimento do processo operacional, ou seja, as atividades diárias dos funcionários se dá de forma presencial. Leone (1999, p.90) aponta que a fluidez das informações está diretamente associada às estruturas adotadas pelas médias e pequenas empresas. A inexistência de níveis hierárquicos intermediários permite o contato direto com e entre os empregados, o que facilita o

desenvolvimento de informações. A utilização de nomes pessoais e o tratamento informal ilustram essa realidade.

Quando se reporta a informações gerenciais, inclui-se todo tipo de informação desenvolvida na empresa, seja ela de origem interna ou externa. Nas MPE's, as informações internas são aquelas produzidas ou surgidas do âmbito administrativo, que como já foi enunciado por diversos autores, são produzidas pelo proprietário, geralmente de maneira simples; já as informações externas são provenientes de um profissional da área contábil, através de demonstrativos contábeis ou relatórios financeiros.

Como foi visto no segundo item deste capítulo - a evolução da contabilidade - a contabilidade deve corresponder às necessidades de informação dos gestores, informações que sejam úteis, acompanhando o desenvolvimento social e tecnológico.

Para Kan (1999, p. 09), a informação para tomada de decisão significa mais que uma informação em administração. Primeiro, credores e investidores potentes também são incluídos como usuários. Segundo, informação contábil é vista como dado para os modelos de previsões dos usuários. Precisamos, por conseguinte, fazer a pergunta: que tipo de informação contábil é relevante para os modelos de previsão dos usuários? Terceiro, enquanto a administração é principalmente um olhar para o passado, a fim de ver o que foi realizado, já a previsão tem sua face virada para o futuro. Informação contábil para usuários externos está baseada em acontecimentos passados, mas o futuro não pode ser ignorado quando a tomada de decisão está enfaticamente estabelecida no objeto da contabilidade. Portanto, a orientação da informação contábil está voltada para o futuro.

As informações contábeis podem fornecer critérios da situação econômica e financeira da empresa, e é através da análise das informações contábeis que podemos informar à empresa o comportamento positivo e/ou negativo, em valores reais e absolutos, e sua evolução através dos tempos.

De acordo com Sá (1999), a informação contábil nasceu para guardar memória dos fatos passados, mas hoje, mais do que nunca, ela avança ousadamente em direção ao futuro, na busca de se antecipar às decisões e visando a resguardar riscos eminentes. Só na matéria genuinamente científica pode-se realmente encontrar segurança para determinar os fatores que geram opiniões racionais, e a doutrina neopatrimonialista acha-se deveras preocupada com a pesquisa e com a implantação de metodologias que reduzam as margens de insegurança. O estudo aprofundado da intensidade funcional eficaz da riqueza parece ser o campo que melhor oferece bases para modelos prospectivos e o que merece a maior atenção dos estudiosos para análises da continuidade dos empreendimentos. O importante é construir uma metodologia que permita, no estudo da continuidade, reduzir os riscos de opiniões que possam produzir conclusões defeituosas.

O FIPECAFI (1995, p. 58), “refere-se à contabilidade como um sistema de informação e avaliação destinado a prover seus usuários com demonstrativos e análises de natureza econômica, financeira, física e de produtividade, com relação à entidade objeto de contabilização”.

Segundo o Instituto Brasileiro de Contabilidade - IBRACON (1993), a contabilidade é objetivamente um sistema de informação e avaliação destinado a prover seus usuários com demonstrações e análise de natureza econômica, financeira, física e de produtividade... Assim, para que a contabilidade consiga comunicar suas informações, ela necessita definir para quem evidenciá-las, ou seja, toda e qualquer entidade tem o dever de bem informar os seus usuários através dos relatórios contábeis publicados.

Para Iudicibus e Marion (1999, p. 21), “relatório contábil é a exposição resumida e ordenada de dados colhidos pela contabilidade. Ele objetiva relatar as pessoas que utilizam os dados contábeis os principais fatos registrados por aquele setor em determinado período”.

Conforme Oliveira (2001, p. 56), as demonstrações contábeis são preparadas a partir das notas fiscais de compras fornecidas pela empresa, por meio das quais determina-se o valor a ser faturado no período para pagamentos de tributos obrigatórios, bem como o valor mínimo dos estoques a ser determinado quanto ao levantamento periódico.

Os demonstrativos contábeis refletem o efetivo retorno do empreendimento e de sua lucratividade e valor, principalmente através do Balanço Patrimonial e da Demonstração de Resultado. A disponibilidade financeira, tanto do passado, quanto do presente, é verificada no fluxo de caixa. Segundo Kassai (1996, p. 224), o fluxo de caixa prospectivo, possibilita ao empreendedor lidar com projeções e simulações, começa a compreender o efeito de mudanças dos prazos de pagamentos, recebimento, estocagem, aumento ou diminuição de margem de venda, possibilitando a visualização de resultados futuros.

Oliveira (2001, p. 52) durante a sua pesquisa observa que os gerentes das MPE's do Seridó apresentam freqüentemente um completo desconhecimento do significado da informação contábil e uma resistência muito forte ao seu entendimento e aplicabilidade. Muitas vezes se utilizam controle paralelo e decisões à base da intuição e da experiência pessoal. Complementando Oliveira (2001, p. 53), coloca que “essas condições podem acarretar dificuldades de origem financeira, necessitando as MPE's de um instrumento gerencial, com informações úteis e oportunas, que permita auxiliá-las no seu processo decisório”.

Meneguele (2000, p. 142) afirma que: “a contabilidade não é utilizada pelos pequenos empresários, eles não entendem os demonstrativos contábeis e não os utilizam na administração dos negócios, compreendem apenas as informações fiscais e trabalhistas”.

É relevante evidenciar a importância da utilização da contabilidade num processo de gestão, de acordo com Ross e outros (1998 p. 31) um bom conhecimento de demonstrações contábeis é desejável pelo simples motivo de que tais demonstrações, bem como os números delas extraídos, representa o principal instrumento da informação financeira dentro da empresa. E, nos casos de empresas fechadas, organizações sem fins lucrativos e empresas de menor porte, por exemplo, raramente existe alguma informação sobre valores de mercado. Assim, a função de produção de

dados pela contabilidade passa a ser crucial. Nesse sentido ainda, Guerreiro (1992, p 05) afirma que “os gestores têm uma grande dependência do recurso informação, e a informação é a matéria prima do processo de tomada de decisão”.

Os sistemas de informações contábeis devem ser configurados de forma a atender eficientemente as necessidades informativas de seus usuários, bem como incorporar conceitos, políticas e procedimentos que motivem e estimulem o gestor a tomar as melhores decisões para a empresa. Na opinião de Catelli apud Vasconcelos (1994, p. 23), informação útil é aquela que atende as necessidades específicas dos gestores, segundo as áreas em que atuam, operações que desenvolvem e conceitos que lhes façam sentido lógico. Para Vasconcelos (1994, p. 24):

Um papel dos sistemas de informações é motivar o gestor à tomada das melhores decisões, na medida do atendimento das suas necessidades de informações. O fornecimento destas deve se pautar nos conceitos de eficiência e de eficácia, pois os sistemas de informações devem refletir o modelo de decisão que o usuário da informação possui, ao respeitar os sistemas operacionais existentes na sua área.

De acordo com o Conselho Federal de Contabilidade - CFC (1995), as informações geradas pela contabilidade devem propiciar aos seus usuários base segura às suas decisões. Usuário é então definido como pessoa física ou jurídica com interesse na entidade, que se utiliza informações contábeis desta para seus próprios fins, de forma permanente ou transitória.

Segundo Iudícibus (1998, p. 26), o sistema de informação contábil da firma dependerá da combinação das opções de mensuração que forem escolhidas. Logo, o problema de política contábil deve ser resolvido como condição necessária para fazer o sistema funcionar... Antes que um sistema possa ser estabelecido... O conceito de renda deve ser definido, e os princípios de mensuração apropriados para tal conceito devem ser escolhidos (UEPS versus PEPS, custo de substituição versus custo histórico etc.).

De acordo com Solomon (1986 p. 377), com um sistema contábil simples uma pequena empresa pode se manter constantemente informada. Relatórios de vendas computadorizadas

permitem às empresas reduzir o volume de estoques a serem mantidos, aliviando assim as dificuldades de fluxos de caixa.

Para Coelho Neto (1997, p. 19), uma empresa sem contabilidade é uma entidade sem memória, sem identidade, sem as mínimas condições de sobrevivência ou de planejar seu crescimento, impossibilitada de elaborar demonstrativos contábeis por falta de lastro na escrituração, e por certo encontrará grandes dificuldades em obter fomento creditício em instituições financeiras ou de preencher uma simples informação cadastral.

Gonçalves e Koprowski (1995, p.18) realizaram duas pesquisas sobre MPE's, entre nov/90 e jul/93, envolvendo, cada uma aproximadamente 1000 (mil) MPE's de todos os Estados brasileiros. Os autores chegaram às seguintes constatações:

- 35% não utilizavam informações geradas pela contabilidade;
- 37% não utilizavam apuração de custos;
- 39% não utilizavam controle de estoques;
- 41% não faziam fluxo de caixa;
- 43% não utilizavam planejamento de vendas...

A pesquisa reflete o grau de integração entre a informação gerada pela contabilidade e os gestores das MPE's, pontos esses também indicados por diversos autores. Os 35% dos microempresários que responderam que não utilizam informações geradas pela contabilidade refletem o grau de utilização dos relatórios contábeis, que dificilmente são utilizados como auxílio à gestão e à tomada de decisão.

3.6 O AMBIENTE ECONÔMICO, A GESTÃO DE CUSTO E A FORMAÇÃO DE PREÇOS

O ambiente econômico direciona as ações comerciais, os hábitos, costumes e poder aquisitivo das pessoas determinam decisões operacionais de compra e venda de produtos, que o microempresário deve tomar, objetivando ser eficiente e eficaz no mercado em que atua. Em

virtude da relevância da decisão sobre o preço de venda para o sucesso da MPE, o administrador deve ter bem delineados os objetivos, bem como os fatores que influenciam direta ou indiretamente neste preço, aliados às atuais condições do mercado consumidor, estando atento às políticas de preços e prazos adotados pelos concorrentes. Na opinião de Wessels (2002, p. 68):

As empresas devem evitar a competição aberta, via preços, ou as guerras de preços, porque sabem como começam, mas não sabem como terminam, além de reduzirem a lucratividade. Ao contrário, devem buscar praticar uma política de estabilidade de preços e até podem chegar a acordos informais ou formais de preços, que reduzem a competição e ampliam a lucratividade.

A estratégia de formar seu preço de venda determinará sua atuação no mercado, e o retorno do investimento realizado pelo microempresário. Morris e Morris (1994 p. 53) afirmam que a correta formação do preço de venda é de extrema importância para toda e qualquer empresa. Quando a empresa vai estabelecer o preço pela primeira vez, deve-se ficar atento aos seguintes pontos:

- ✓ quando a concorrência ameaça os negócios da empresa com a política agressiva de preços;
- ✓ quando a demanda dos produtos da empresa se relaciona com os preços praticados;
- ✓ quando os objetivos da empresa se ligam ao retorno sobre os investimentos e ao retorno sobre as vendas;
- ✓ quando os objetivos de lucratividade e de participação de mercado exigem uma política flexível de preços.

Os indivíduos buscam bens e serviços para atenderem suas necessidades. A demanda do mercado de um bem ou serviço dependerá do marketing praticado pelos microempresários, que devem avaliar a melhor forma de atrair clientes, tanto através da qualidade dos produtos, quanto dos preços, dos prazos e do atendimento. De acordo com Kotler (2000, p. 82), o marketing conta com quatro instrumentos básicos de ação: produção de bens e serviços que atendam aos desejos do público; escolha do preço certo para estes produtos; distribuição eficiente e ágil; comunicação com o público. E ainda segundo Kotler (2000, p.96), o preço do produto é um dos instrumentos mais importantes de que dispõe o empresário para efetuar a adaptação de sua empresa ao

mercado. Para a fixação do preço, são três as bases principais envolvidas no processo: a demanda, a concorrência e o custo.

Para Sardinha (1995, p. 14), no momento de se formar o preço de venda, o administrador deve estar atento a dois pontos:

1. Verificar os preços da concorrência: Com os preços baseados nos concorrentes, o administrador espera ficar mais competitivo, já que seus preços estão compatíveis com as principais empresas que dominam o mercado no qual ele se enquadra, porém, não esquecendo que cada empresa opera com um custo operacional diferente, bem como a estrutura organizacional da empresa deve ser coerente com o ambiente ao qual ela encontra-se relacionada.

2. Estudar quanto o consumidor deseja pagar: o administrador expressaria o preço levando em consideração o valor da troca que se oferece por alguma coisa que satisfaça uma dada necessidade ou desejo.

Observa-se que, atualmente, os clientes estão muito mais esclarecidos de seus direitos, estando muito atentos à qualidade e aos preços dos produtos. Na opinião de Pereira (2000, p. 14):

Um dos principais problemas enfrentados por quem decide ser empresário é como formar corretamente os preços de seus produtos, quais fatores analisar, como alocá-los corretamente aos preços e quais estratégias e práticas de preços utilizar para ser eficiente e eficaz no mercado em que atua. Este problema é mais visível e contundente nas micros e pequenas empresas nas quais seus dirigentes, na grande maioria das vezes, não possuem capacidade técnica que, aliada a uma visão estratégica, são elementos de extrema importância na tomada de decisão.

Os microempresários devem estar atentos ao mercado consumidor, devendo adaptar-se às condições apresentadas pelos clientes. Sardinha (1995, p. 41) assegura que uma decisão de formação do preço de venda influencia na demanda de um determinado produto, devendo o administrador analisar, principalmente:

- ✓ o tipo e o grau das necessidades dos consumidores;
- ✓ a efetiva capacidade de gastos dos consumidores, em relação aos seus rendimentos;

- ✓ o benefício agregado ao uso do produto da firma, do ponto de vista do consumidor;
- ✓ a relação benefício/custo percebida pelos consumidores acerca dos produtos da firma e de seus concorrentes da mesma faixa de preços;
- ✓ os modismos e tendência comportamentais em voga na sociedade.

Para compor um preço de venda, existem três variáveis que devem ser levadas em consideração: preço, custo e lucro. Para formar o preço, pode-se observar o custo de aquisição da mercadoria, ou o preço praticado pelos concorrentes, ou levar em consideração o custo e os concorrentes ao mesmo tempo.

Na opinião de Adizes (1990, p. 05):

O foco principal da formação do preço de venda é o custo e infelizmente muitos dos gestores das MPE's não tem conhecimento dos seus custos, como consequência, quanto mais produtos vendem, menos lucro têm, o que decorre numa dificuldade financeira geradora de resultados negativos, causando muitas vezes a descontinuidade dos negócios.

Em relação à competitividade Pratten afirma (1991, p. 19), “que a competitividade nas MPE's ocorre de forma mais direcionada, elas geralmente convivem no mesmo ambiente econômico e lidam com os mesmos clientes, o que faz a diferença é a qualidade do produto e do serviço propiciado ao cliente”.

De acordo com Santos (1991, p. 123), existem basicamente três métodos de formação de preço de venda: Método baseado no custo da mercadoria; Método baseado na decisão dos concorrentes e o Método misto. O ideal é vender o produto por um preço que cubra os custos e sobre o rendimento que seria o lucro.

Os gestores das MPE's devem observar as ações comerciais dos concorrentes, Conforme Pereira (2000, p. 81):

As estratégias de vendas mais evidentes das MPE's são aquelas que a empresa iguala o seu preço ao do concorrente ou estabelece preços mais baixos do que o preço dos concorrentes, visando conseguir entrar na briga por uma fatia de mercado, sem ao menos conhecer o custo operacional de sua empresa.

Diante da situação apresentada por Pereira, faz-se necessário alertar os microempresários sobre a importância do conhecimento dos custos de suas MPE's, no momento de se tomar decisões de formação de preço de vendas de produtos. Segundo Franco (1991, p. 37), na atividade comercial, o custo compreende o preço de aquisição da mercadoria vendida, mais as despesas decorrentes dessa atividade, até a obtenção do ingresso pela venda das mercadorias. O controle de custos deve abranger todos os gastos relacionados a essas atividades, mais as despesas correspondentes. Assim o custo da atividade comercial teria os seguintes elementos:

1. O preço de aquisição da mercadoria vendida;
2. As despesas decorrentes da aquisição até a entrada da mercadoria no estabelecimento comercial, tais como: IPI, fretes, seguros, juros sobre financiamentos de compras, além de outras decorrentes da compra de mercadorias;
3. As despesas decorrentes das vendas, tais como: comissões sobre vendas, descontos concedidos, despesas de cobrança, impostos de circulação de mercadorias, além de outras diretamente ligadas às operações de vendas;
4. Outras despesas administrativas ou financeiras decorrentes do funcionamento da empresa comercial, tais como: aluguéis, salários, impostos diversos, juros, telefone, despesas bancárias, prejuízos com devedores insolváveis, além de outras indispensáveis à atividade econômica da empresa.

O administrador da MPE, conhecendo os seus custos e tendo controle sobre os mesmos, terá condições de verificar e analisar suas possibilidades de lucratividade, em decorrência do preço praticado. Wessels (2002, p. 74) expõe que há uma relação estreita entre três variáveis (preço, custo e lucro). Numa economia fechada e com baixa competitividade, como é a brasileira, até meados dos anos de 1990, formava-se o preço da mercadoria, levando em consideração uma margem de lucro em cima do valor de custo (custo médio + margem de lucro = preço de venda). Com a abertura da economia e o aumento da competição, passaram a compor o preço levando em consideração o valor que o consumidor está disposto a pagar (lucro = preço de mercado - custo médio).

Para Leone (2000, p. 95) as técnicas para apuração de custos, sejam contábeis ou gerenciais, são aplicáveis em todos os negócios, de um modo geral, principalmente para planejar, administrar e controlar as atividades econômicas resultantes de cada negócio, que pode, resumidamente, explorar atividade industrial, comercial ou prestação de serviço. Além disso, Leone (2000, p. 97) coloca que, “diante dessa realidade incontestável, as pequenas empresas carecem de ferramentas eficientes, para serem utilizadas nos processos de gestão dos negócios”.

Cogan (1999, p. 102) confirma que o método baseado no custo das mercadorias é o método mais tradicional entre os gestores de preços. Tal método caracteriza-se pela aplicação de um índice sobre o custo de um bem ou serviço para a formação do preço de venda (mark-up).

Demori (1998, p. 105) relata que as MPE's aplicam um multiplicador sobre o custo do produto, com a finalidade principal de cobrir os seguintes elementos:

- impostos sobre vendas;
- taxas variáveis sobre vendas;
- despesas administrativas fixas;
- despesas de vendas fixas;
- custos indiretos de produção fixos; e
- lucro.

Na opinião de Assaf Neto (1988, p. 27), a composição do preço de venda, levando em consideração a concorrência, é a mais comum e a mais utilizada pelos pequenos empresários, tendo em vista que estes, para formar seu preço de venda, normalmente, realizam pesquisa de mercado junto aos seus principais concorrentes, fixando o preço dos seus produtos no mesmo patamar ou, muitas vezes, abaixo, conhecido como estratégia de penetração de mercado, onde a empresa deseja estimular a venda de seus produtos, visando principalmente a ganhar uma boa quantidade do mercado dominado pelos concorrentes e já estabilizadas, porém, sem atentar para um detalhe muito importante, o qual diz respeito aos seus custos operacionais, que diferem de empresa para empresa.

Silva (1999, p. 92) afirma que a empresa deve oferecer mais valor ao cliente por um custo equivalente (isto é, diferenciado) ou valor equivalente por um custo inferior (isto é, baixo custo). Assim, uma análise da cadeia de valor é essencial para determinar exatamente onde, na cadeia de cliente, o valor pode ser aumentado ou os custos reduzidos.

Segundo Martins, E. (2000, p. 83), as funções básicas de um controle de finanças são as seguintes: avaliar os estoques; determinar a estrutura de custos dos produtos como um dos critérios da fixação dos preços; analisar a rentabilidade das diversas atividades e produtos da firma; realizar simulações variando as condições de compras de matéria-prima, terceirizações, investimentos, eliminações de produtos etc. Com esses dados, ocorre uma melhoria na qualidade das decisões pela empresa, o que aumenta sua competitividade.

Por fim, entende-se que os microempresários devem observar a melhor forma de gerenciar os seus negócios, observando as características próprias de sua MPE, utilizando, da melhor forma possível, todas as informações contábeis geradas na empresa, sejam elas externas ou internas, para tomar decisões seguras e conscientes e que não afetem de forma negativa os rendimentos do seu empreendimento.

No próximo capítulo, ao expor o resultado da pesquisa realizada nas MPEs do Seridó, são apresentados os resultados obtidos com os microempresários entrevistados, em relação à caracterização de suas empresas, relevância das informações contábeis, procedimentos realizados em relação à tomada de decisão, principalmente em relação à formação do seu preço de venda e suas perspectivas em relação aos seus negócios.

CAPÍTULO 4

ANÁLISE DOS DADOS

4.1 Introdução

Este capítulo contempla a descrição dos dados obtidos na pesquisa de campo, realizada no período de 01/09/2004 a 15/10/2004, sobre a informação contábil utilizada no processo decisório das MPE's da região do Seridó e sua contribuição na gestão dos negócios, revelando os aspectos da gestão das MPE's do Seridó Potiguar.

A população deste estudo compreende as MPE's da região do Seridó, no Estado do Rio Grande do Norte. Para a realização desta pesquisa foram obtidos dados junto ao SEBRAE do RN, o qual apresentou um cadastro com 2866 (duas mil oitocentas e sessenta e seis) MPE's comerciais, industriais e prestadoras de serviços existentes nas cidades de Caicó e Currais Novos. O método de abordagem desenvolvido na pesquisa foi o dedutivo, com aplicação de formulários, sendo adotada a pesquisa descritiva. O processo de coleta de dados foi realizado por meio de observação da realidade e entrevista presencial com o proprietário e gestor da MPE.

No decorrer da aplicação dos formulários, foram visitadas 200 (duzentas) MPE's do Seridó, no entanto apenas 143 (cento e quarenta e três) microempresários apresentaram interesse em responder o formulário; os demais alegaram falta de tempo.

Com os 143 questionários respondidos, procede-se à tabulação das respostas adquiridas. Os dados coletados passam pelo processo de análise e interpretação. Segundo Oliveira, D. (2002, p. 36), “dado é qualquer elemento identificado em sua forma bruta que, por si só, não conduz a uma compreensão de determinado fato ou situação, precisando ser processado (interpretado) para se transformar em informação”.

As cinco primeiras (1 a 5) questões objetivam estabelecer características das MPE's pesquisadas. As questões que vão do número 06 ao 10 refletirão as características das informações contábeis geradas, seus reflexos no processo decisório, e sua relevância para os gestores.

As questões que vão do número 11 ao 18 analisam o processo de tomada de decisão, investigando as habilidades dos administradores e dos métodos de gerenciamento dos negócios, evidenciando as decisões operacionais referentes à formação de preços e custos dos produtos. O levantamento de dados é a fase da pesquisa realizada com o intuito de recolher informações sobre o campo de interesse.

Após a obtenção dos dados, far-se-á uma análise descritiva dos fenômenos, comparando-os com a finalidade de verificar as semelhanças e diferenças encontradas.

4.2 Análise dos dados obtidos na pesquisa

Pergunta 01: localização das cidades da Região do Seridó.

Essa pergunta revela a localização das MPE's entrevistadas. Conforme ficou evidenciado no início da pesquisa, a região do Seridó Potiguar é representada pelas suas maiores cidades: Caicó e Currais Novos. A tabela 06 e o gráfico 06 representam a distribuição e a atribuição da localização das MPE's do Seridó.

Tabela 06 – Distribuição da Localização das MPE's do Seridó

	Frequência	Percentual	% Acumulado
Caicó	110	76,9	76,9
Currais Novos	33	23,1	100,0
Total	143	100,0	-

Fonte: Dados da pesquisa.

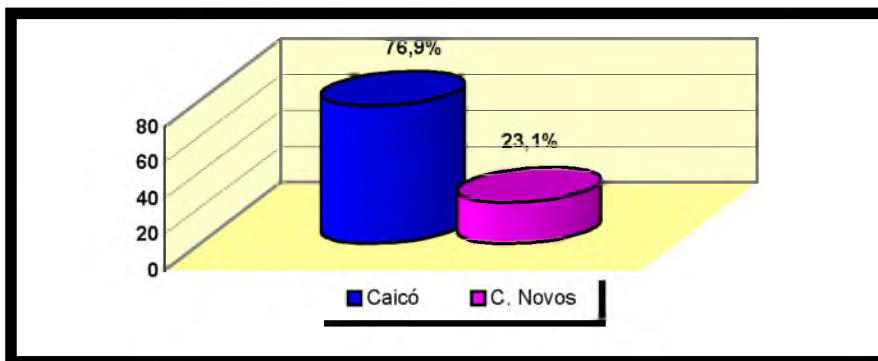


Gráfico 06 – Localização das Cidades

O IBGE é uma ferramenta para se obter informações sobre todos os municípios do Brasil. Pesquisaram-se as duas maiores cidades da Região do Seridó-RN, conforme aponta o quadro 08.

Quadro 08 – Informações do IBGE 2003 - Cidades

Caicó – RN	
População estimada – 2003	58.962
Área da unidade territorial (km ²)	1.229
Currais Novos – RN	
População estimada – 2003	40.965
Área da unidade territorial (km ²)	864

Fonte: IBGE 2003.

A cidade de Caicó, como se pode observar, apresenta uma área territorial e a quantidade populacional bem maiores que as de Currais Novos, o que possibilita, como se comprova na pesquisa, que Caicó se depara com um maior número de MPE's, abrangendo os três setores: Comercial, industrial e prestador de Serviços. No setor industrial, com várias micro-indústrias de bonés e fábricas de panos de pratos, doces e tecelagem. Em Currais Novos, a maioria das MPE's é do setor comercial e da prestação de serviços.

Pergunta 02: Ramo de negócios a que pertence à MPE.

Nesta pergunta, buscou-se averiguar as atividades das MPE's do Seridó Potiguar. Vejamos, a seguir, na Tabela 07 e no gráfico 07, essa representatividade.

Tabela 07 – Distribuição das MPE's do Seridó em relação aos setores do mercado

	Frequência	Percentual	% Acumulado
Comércio	88	61,53	61,53
Prest. Serviço	45	31,48	93,01
Indústria	10	6,99	100
Total	142	100,0	-

Fonte: Dados da pesquisa.

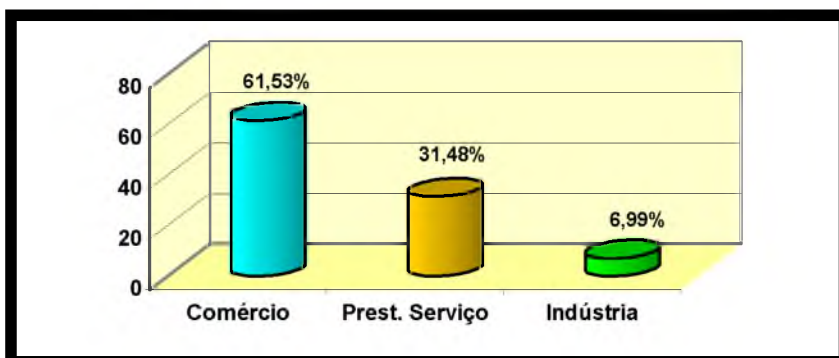
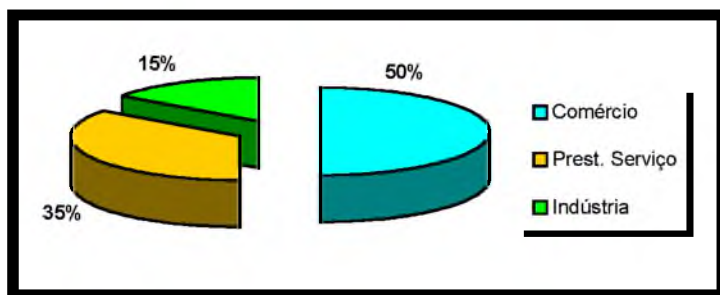


Gráfico 07 – Setores do mercado

Das MPE's pesquisadas no Seridó, as que atuam no ramo comercial desenvolvem atividade diversas, no ramo de confecções, sapatarias, revendedoras de auto-peças de carro, microempresas que exploram alimentos, remédios, utensílios domésticos. As que operam no setor da prestação de serviços, exploram atividades na área de saúde (médicos, dentistas, psicólogos...) oficinas mecânicas, restaurantes. E as poucas que empreendem a atividade industrial produzem bonés, panos de prato, bordados, camisas, confecções de roupas em malha.

Há uma grande predominância de MPE's no setor do comércio e serviços, que são as atividades mais exploradas pelos microempresários. O Banco do Brasil (2001, p. 26) fez um levantamento das MPE's, no Brasil, e estimou em aproximadamente 3.900.000 (Três milhões e novecentos mil) microempreendimentos, que atuam, predominantemente, no setor de comércio e serviços, conforme Gráfico 08.

Gráfico 08 – Quantidade das MPE's por Setor



BB (2001, p. 26)

A atividade mais desempenhada pelas MPE's é a atividade comercial tanto a nível nacional, com um percentual que corresponde a 50,0%, como a nível regional, com o percentual em torno de 61,53%. Esses dados permitem inferir sobre a existência de uma maior necessidade de articulação nesse setor, visando fortalecer o comércio e manter parcerias com médias e grandes empresas para promover o desenvolvimento social.

Pergunta 03: Tempo de atuação das MPE's no mercado.

Esta pergunta foi elaborada visando a identificar o tempo de atividade das MPE's do Seridó. Na tabela 08 e no Gráfico 09, evidencia-se o tempo em que atuam no mercado.

Tabela 08 – Distribuição do tempo de atividade das MPE's do Seridó

	Frequência	Percentual	% Acumulado
1 a 5 anos	55	38,2	38,2
5 a 10 anos	36	25,0	63,2
Mais de 10 anos	52	36,8	100,0
Total	143	100,0	-

Fonte: Dados da pesquisa.

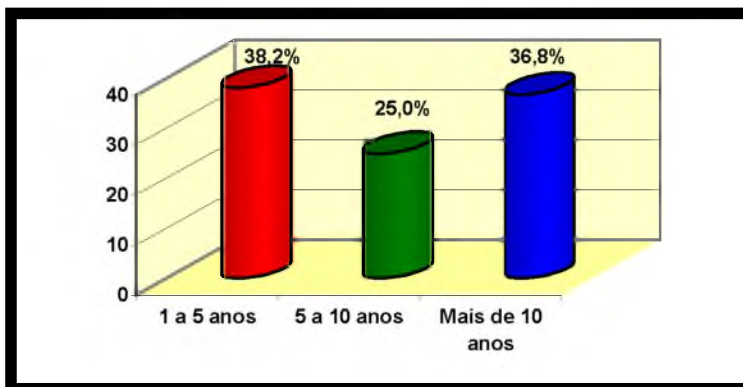


Gráfico 09 – Tempo de atividade

O maior percentual apresentado na pesquisa em relação ao tempo de atividade foi o de 38,2% das MPE's que estão no mercado de 1 a 5 anos. e o menor percentual corresponde às que estão operando de 5 a 10 anos. Os primeiros anos são cruciais para os microempresários. Pesquisa feita pelo SEBRAE, em 2003, mostra que, de cada grupo de 100 MPE's, 56 fecharam as suas portas antes de atingir três anos de atividades. Segundo Blatt (1999, p. 60), quanto mais novo o empreendimento, maiores os riscos de extinção: dentre as microempresas, cerca de 35% fecham antes de completar o primeiro ano.

Durante a pesquisa, perguntou-se sobre a evolução da empresa com o passar do tempo, e qual a certeza que ele poderia ter do sucesso dos seus negócios. Muitos colocaram que era a segunda e terceira tentativa, mas que a atual estava rendendo frutos. Informaram, também que o que comprova a continuidade dos negócios é a rentabilidade e a procura do produto ou serviço.

Portanto, a amostra analisada indica que, no Seridó Potiguar, as MPE's apresentam uma permanência estável em relação ao tempo: das 143 (cento e quarenta) MPE's pesquisadas, constatou-se que a maioria delas, 61,8%, tem mais de cinco anos de operacionalização. Vale ressaltar que o número de empresas que estão atuando há mais de 10 anos corresponde a 36,8%, estando acima da média nacional.

Essa longevidade pode ser atribuída a dedicação dos seus proprietários, os quais buscam promover o desenvolvimento da microempresa, para através dela auferir rendimentos para seu sustento, da sua família e paralelamente contribuir no progresso econômico da sua região.

Pergunta 04: Número de Empregados.

As MPE's do Brasil destacam-se como geradores de empregos e de renda. Nesse sentido, buscou-se, nesta pergunta, averiguar qual a participação das MPE's do Seridó na geração de empregos na região. Assim, evidencia-se, na Tabela 09 e no Gráfico 10, o número de empregados das MPE's pesquisadas.

Tabela 09 – Distribuição do número de Empregados das MPE's do Seridó

	Frequência	Percentual	% Acumulado
1 a 5	81	55,9	55,9
5 a 10	31	22,05	77,95
Mais de 10	31	22,05	100,0
Total	143	100,0	-

Fonte: Dados da pesquisa.

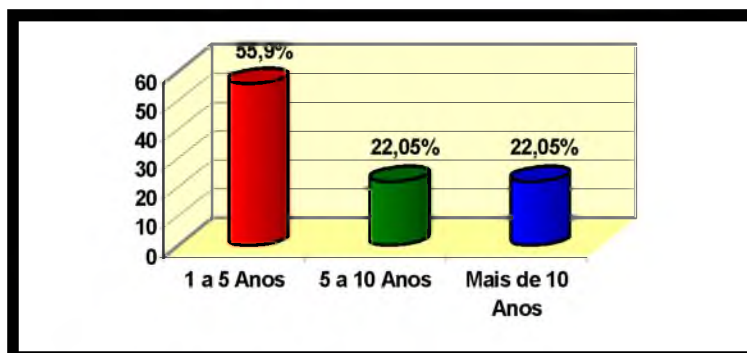


Gráfico 10 – Número de Empregados

Quanto ao número de funcionários, constatou-se que 55,9% das MPE's do Seridó apresentam de 1 a 5 funcionários, e durante a pesquisa evidenciou-se que a maioria apresenta apenas dois funcionários registrados, os demais funcionários são os donos (esposo, esposa e filhos).

Figueiredo (2001, p. 40) relata depoimentos de empresários que participaram de uma pesquisa por ele coordenada, segundo os quais muitos deles não registravam seus empregados,

mas os remuneram por comissão ou produção, ou os registram por um valor mínimo e complementam o pagamento por meio de comissões.

Nessa mesma pesquisa Figueiredo (2001, p. 42), demonstra-se que, no setor de serviços, a folha de encargos responde por 56% do total dos custos das MPE's sendo que, na indústria, esse percentual é de 14% e no comércio é de 11%. O autor mostra que a rotatividade é maior nas MPE's onde o tempo médio de permanência do trabalhador é de três anos, contra cinco nas médias e grandes. A produtividade é baixa uma vez que dispõem de empregados menos qualificados, e equipamentos menos eficientes. Em consequência, a lucratividade desses empreendimentos é pequena, gerando um círculo vicioso de baixos salários, de baixa qualificação dos trabalhadores e baixa produtividade.

Souza apud Cunha (2002, p. 27) aponta como fatores da transferência da mão-de-obra das grandes para as pequenas empresas: reestruturação dos negócios (terceirização), necessidade profissional (demissões), motivação, imagem das grandes empresas (algumas falências), empreendedorismo (sonho), tecnologia (conhecimento) e crescimento do terceiro setor.

Constatou-se, na pesquisa que a relação entre empregados e patrões das MPE's do Seridó é simples e direta; as determinações sempre são feitas verbalmente, existindo sempre cordialidade e amizade. Nesse sentido, conforme Figueiredo (2001, p. 39), “a relação entre patrões e empregados, numa empresa pequena, de uma forma geral, é muito próxima e positiva: é comum haver um envolvimento estreito, com ambos tomando conhecimento dos problemas profissionais de cada um”.

Assim, pode se dizer que no Seridó Potiguar, as MPE's representam uma fonte de emprego expressiva. Como já foi informado as MPE's representam, em média, 94% das empresas da região, e na pesquisa ficou identificado que 77,95% das MPE's pesquisadas têm de um a dez empregados. Isso demonstra que a microempresa gera oportunidades de trabalho para muitas pessoas da região.

Pergunta 05: Grau de escolaridade dos entrevistados.

Nesta pergunta, procurou-se averiguar qual o grau de instrução das pessoas que administram as MPE's do Seridó, demonstrado na tabela 10 e no Gráfico 11.

Tabela 10 – Distribuição do nível de escolaridade dos administradores das MPE's

	Frequência	Percentual	% Acumulado
Fundamental	28	19,1	19,1
Médio	90	63,3	82,4
Superior	25	17,6	100,0
Total	143	100,0	-

Fonte: Dados da pesquisa.

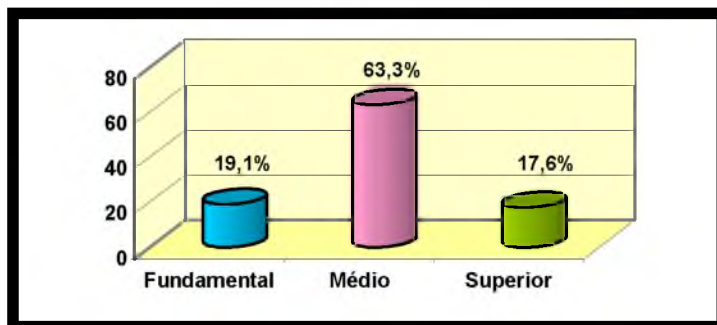


Gráfico 11 – Grau de escolaridade

Com relação ao nível de escolaridade, verificou-se que 17,6% possuem o nível superior completo, com graduação em Administração ou Contabilidade: 82,4% com o ensino médio completo, dentre eles dois dos entrevistados estão cursando contabilidade e 19,1% com o fundamental. A maioria que marca com o fundamental completo, assume isso constrangidamente, consideram-se semi-analfabetos, nas letras ou na escrita, como eles dizem, mas se consideram muito expertos em números e negócios (tino comercial).

Blatt (1999, p. 65) destaca que:

Quanto maior a escolaridade do fundador, maior tem sido o êxito dos pequenos empreendedores no mundo dos negócios. Ele demonstra na sua pesquisa que, no universo de empresas extintas, 35% dos proprietários tinham o fundamental incompleto, enquanto este limite na escolaridade atingia menos de 20% do grupo de empresas de sucesso.

De acordo com Figueiredo (2001, p. 37), parcela expressiva dos empresários não tem formação educacional relacionada com a área de trabalho em que atuam. Grande parte dos empresários foram empregados que já trabalharam em empresas de grande porte e foram demitidos ou aposentados.

No caso das MPE's do Seridó, grande parte dos microempresários tem nível médio completo, e durante a pesquisa ficou bem retratada a preocupação que eles têm em adquirirem conhecimentos que os auxiliem na gestão de suas empresas: a maioria apresentou certificados de conclusões de cursos de aperfeiçoamentos na área de vendas, marketing, controle financeiro, etc. realizados no SENAC e no SEBRAE.

Pergunta 06: Recebimento das informações contábeis.

Esta pergunta foi elaborada com o intuito de identificar a procedência das informações contábeis utilizadas na tomada de decisões e no controle gerencial das MPE's do Seridó. Na tabela 11 e no Gráfico 12 evidencia-se a origem da informação contábil.

Tabela 11 – Distribuição da procedência das informações contábeis das MPE's

	Frequência	Percentual	% Acumulado
Própria empresa	28	20,0	20,0
Escritório contratado	115	80,0	100,0
Total	143	100,0	-

Fonte: Dados da pesquisa.

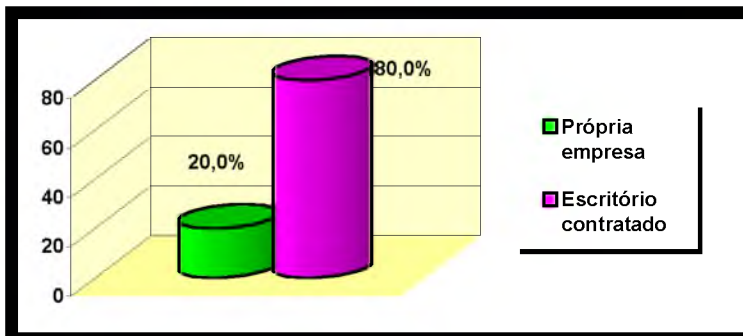


Gráfico 12 – Procedência das informações contábeis

Ao responder a essa questão, os microempresários entenderam por informações contábeis todas as informações de ordem financeira, operacional e patrimonial. 28 microempresários responderam que as informações contábeis eram geradas na própria empresa, e desses, 12 microempresários colocaram que têm contador (escritório de contabilidade), e que o mesmo elabora demonstrativos contábeis (BP, DRE e, o mais impressionante, a DOAR) e mostram o Livro Diário. No entanto, eles observam que esses relatórios não condizem com sua realidade, e que, por esse motivo, eles desenvolvem as informações contábeis úteis e reais internamente: são relatórios de controle financeiro, de estoque e patrimonial, feitos de forma simples em cadernos e folhas avulsas.

De acordo com Kanitz (1995, p. 29), “os balanços das empresas brasileiras, especialmente das pequenas e médias, sobre as quais se dirige a maior parte das observações, são mal elaboradas”.

Oliveira (2001, p. 05) afirma que: “a contabilidade é vista pelo empresário não como um auxílio para o processo decisório, e sim como um mal necessário, decorrente das exigências fiscais e trabalhistas”.

Desse contingente de 28, 16 microempresários que responderam que as informações contábeis eram produzidas na própria MPE, informam que não têm nenhum registro contábil, nem pagam a nenhum profissional da área contábil, que suas informações são desenvolvidas por eles mesmos, não apresentando nenhum controle financeiro e nem mesmo do estoque: o que entra é gasto com o seu sustento e da família, e o pouco que sobra, investe na empresa.

Bueno (2003, p. 119) entende que o dirigente que assume toda a responsabilidade está fortemente implicado no seu negócio, sua direção é pessoal e efetiva, exercendo seu poder de gestão e de controle, de maneira que os objetivos da empresa sejam determinados pelos seus próprios objetivos. O sistema de valor de decisor, sua experiência administrativa e competência própria influenciam fortemente o processo de tomada de decisão, a sobrevivência e o desenvolvimento da empresa e, por consequência, o sucesso ou fracasso dos negócios.

Conforme Oliveira (2001, p. 56), nas empresas de pequeno porte, os serviços contábeis, na maioria dos casos, terceirizados, utilizam-se de escritórios contábeis que, normalmente, não fornecem informações que facilitem a tomada de decisão. Os referidos escritórios estão preocupados com as necessidades que têm as empresas em atender à legislação, através do recolhimento de impostos, contribuições, e preenchimentos de guias previdenciárias. Com isso, não dispõem (ou não elaboram) relatórios gerenciais. Os 115 (cento e quinze) microempresários que responderam que as informações contábeis são geradas nos escritórios de contabilidade contratados, colocaram que a contabilidade é necessária, mas, não necessariamente útil. A

contabilidade escritura o Livro Diário e elabora as Demonstrações Contábeis, mas essas informações não apresentam utilidade no momento de se tomar decisões.

Os administradores das MPE's do Seridó exercem as funções de gerente, e por falta de conhecimento e de uma assessoria contábil mais expressiva e interessada, tomam suas decisões à medida em que os problemas vão surgindo. Não dispõem de um conjunto de informações contábeis que possam guiá-los ou orientá-los no processo de gestão.

Por essa razão, os microempresários da região do Seridó, no decorrer das entrevistas, declararam que as informações contábeis provenientes de um profissional qualificado são importantes; elas refletem o seu patrimônio e demonstram sua situação financeira e operacional, mas infelizmente elas não são úteis, já que não são utilizadas no momento de se tomar decisões operacionais, tendo o intuito apenas de apresentá-la em órgãos governamentais e instituições financeiras.

Pergunta 07: Em termos de gerenciamento da Empresa, qual a área que a informação contábil tem mais utilidade?

A pergunta acima tem o intuito de descobrir qual a área da informação contábil que o microempresário da região do Seridó considera mais útil no processo de gestão. Veja a Tabela 12 e o Gráfico 13.

Tabela 12 – Distribuição das informações contábeis mais úteis para os microempresários das MPE's do Seridó

	Frequência	Percentual	% Acumulado
Fiscal	55	38,2	38,2
Trabalhista	12	8,8	47,0
Fiscal e trabalhista	42	29,4	76,4
Controle Gerencial	8	5,8	82,2
Fiscal, Trabalhista, Cont. Ger.	15	10,2	92,4
Nenhuma	11	7,6	100,0
Total	143	100,0	-

Fonte: Dados da pesquisa.

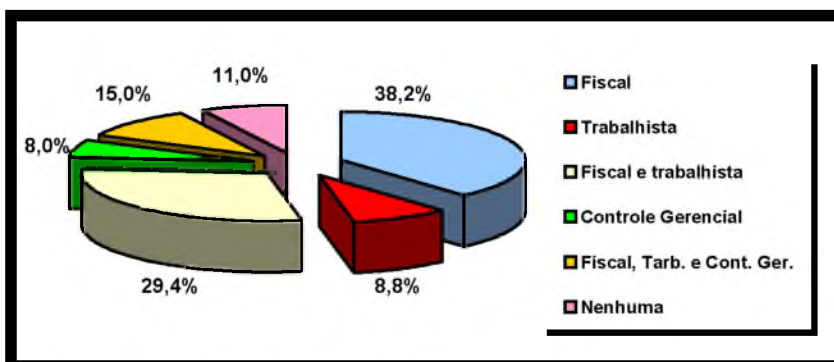


Gráfico 13 – Informações contábeis

No momento da aplicação dos formulários, foram apresentados relatos dos motivos que levaram os microempresários da Região do Seridó a marcar apenas uma ou mais alternativas.

Os 55 (cinquenta e cinco) microempresários que marcaram apenas a informação fiscal como útil ao processo de gestão de sua MPE colocaram que sem essa informação ficava difícil para compor o preço de venda, de onde será gerado o seu faturamento, e também alegaram que é a informação mais exigida e fiscalizada pelo Governo (principalmente a coletoria estadual). Conforme Oliveira (2001, p. 05), a contabilidade, neste segmento, esta voltada apenas para a determinação das obrigações fiscais, por meio do lucro tributário, sendo efetuada, em sua grande maioria, por escritórios de contabilidade.

Os 12 (doze) microempresários que optaram apenas pela opção trabalhista justificaram dizendo que são de suma importância o registro dos funcionários e a obrigatoriedade junto aos direitos trabalhistas. Consideram esse o maior problemas na gestão de uma empresa, uma vez que processos trabalhistas causam danos morais e financeiros.

Os 42 (quarenta e dois) microempresários que marcaram as duas opções: fiscal e trabalhista, afirmaram que são informações imprescindíveis para o andamento dos negócios, ambas obrigações governamentais, os tributos e os encargos. Pinheiro (1996, p. 60) destaca que a maioria daqueles que exercem o ofício contábil não assimilou e não vende suas habilidades e capacidade de fornecer informações que podem colaborar para otimizar os resultados das empresas e se dedicam a elaborarem cálculos de impostos, controle de ficha de pagamento e confecção de demonstrações contábeis obrigatórias.

Os 08 (oito) microempresários que optaram por marcar a questão controle gerencial, pronunciaram-se alegando a importância do controle efetivo da gestão dos negócios, esse controle sendo realizado por eles próprios. Muitos alertam para o controle do caixa, colocando como sendo o termômetro da empresa, e enfatizam que o conhecimento da área do seu comércio é fundamental. Afirmam que confiam na experiência para gerenciar seus negócios. Oliveira (2001, p. 04) alerta que a competição acirrada em que se encontra o mercado atual exige decisões rápidas e precisas, não podendo o empreendedor confiar apenas na sua intuição. É necessário destacar que a experiência adquirida no decorrer do tempo pode propiciar decisões acertadas, mas não é um fator suficiente para assegurar um bom desempenho no mercado, já que as mutações são frequentes.

Os 15 (quinze) microempresários que marcaram três alternativas justificaram alegando que as respostas se completam: informações fiscais, trabalhistas e de controle gerencial, unificam-se no processo de gestão. São informações úteis, infelizmente não tão tempestivas, são informações provenientes da contabilidade.

Pó outro lado, segundo Oliveira (2001, p. 53), “a contabilidade é um instrumento gerencial, com informações úteis e oportunas, que permite, quando em tempo hábil, auxiliar o administrador no seu processo decisório”.

Os 11 (onze) microempresários restantes marcaram a alternativa que nenhuma das áreas apresentadas (fiscal ou trabalhista ou de controle gerencial) é importante para o gerenciamento de sua empresa. Afirmam que só precisam confiar na sua intuição, não utilizam a contabilidade, como também não têm contato com nenhum profissional da área contábil. De acordo com Oliveira (2001, p. 53), “as informações contábeis têm como objetivo principal fornecer informações de natureza econômica, financeira, física e de produtividade, de forma a auxiliar os seus usuários no processo de tomada de decisão”.

O sucesso, ou não, de qualquer empreendimento depende das decisões que os empreendedores tomam a cada momento. Assim, frente às adversidades, tornam-se necessários instrumentos que os apoiem nas tomadas de decisões.

Observa-se que o microempresário da Região do Seridó considera as informações fiscais e trabalhistas como as mais relevantes na gestão da empresa. Entretanto, mesmo argumentando que são dados necessários e obrigatórios, estes não são aproveitados em relação à tomada de decisão no que diz respeito ao processo operacional.

Pergunta 08: As informações recebidas da Contabilidade são importantes na hora de uma decisão que envolva questões econômico-financeiras?

Esta pergunta objetiva evidenciar a relevância da informação contábil no momento de se tomar decisões. Os resultados são apresentados na Tabela 13 e no Gráfico 14.

Tabela 13 – Distribuição da relevância da informação recebida da contabilidade no momento da tomada de decisão

	Frequência	Percentual	% Acumulado
Sim	99	69,1	69,1
Não	39	27,9	97,0
Não respondeu	5	3,0	100,0
Total	143	100,0	-

Fonte: Dados da pesquisa.

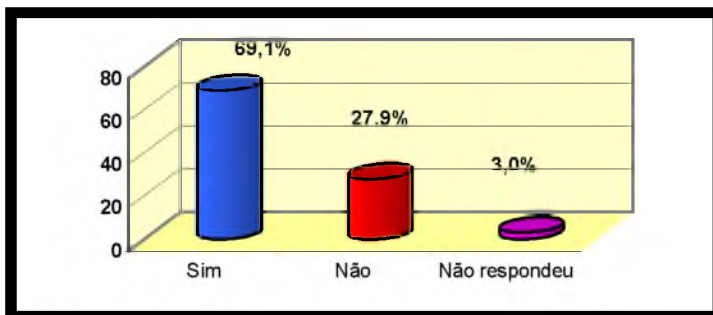


Gráfico 14 – Relevância da informação

Verifica-se que apenas 3% dos entrevistados não responderam à questão, e que 69% dos entrevistados optaram pela resposta afirmativa. Eles argumentaram que a contabilidade é uma ferramenta gerencial importante na hora de se tomar uma decisão, pois com a escrituração dos fatos se tem condição de registrar o patrimônio, controlar o estoque, emitir relatórios financeiros e ter as obrigações tributárias e trabalhistas em ordem. De acordo com Coelho Neto (1997, p. 20), “a contabilidade é o direcionador das ações administrativas, ela registra os fatos e direciona os atos”.

Os 27,9% restantes dos entrevistados marcaram a alternativa negativa, e justificaram de varias formas:

- que geralmente as decisões financeiras são tomadas dentro da própria empresa;
- o gerenciamento é feito pela diretoria;
- que a contabilidade fornece ótimas informações, mas elas não são utilizadas por não expressarem a verdadeira situação;
- não acreditam nas informações geradas pelos profissionais contadores;
- só apresentam impostos e contas a pagar;
- as informações não influenciam nas decisões, que devem ser tomadas pelo próprio proprietário;
- baseio as decisões de acordo com a experiência e a época;
- as informações demoram a chegar...

As argumentações apresentadas para a resposta negativa refletem a diversidade de situações e de problemas enfrentados pelos microempresários da região do Seridó. Na opinião de Silva (1993, p. 66), “as micro e pequenas empresas apresentam carências de técnicas administrativas, dificultando a operacionalização de forma eficiente”.

Segundo Gonçalves e Koprowski (1995, p.20), “as micro e pequenas empresas apresentam carência de controle financeiro e de custos”.

Na questão anterior, os gestores das MPE's do Seridó apontaram como informações contábeis mais ressaltantes as fiscais e as trabalhistas, mas, que elas não são úteis na operacionalização dos negócios. Nesta questão, observa-se que 69% dos pesquisados responderam que as informações recebidas da contabilidade são importantes na hora de se tomar decisões que envolvam aspectos econômico-financeiros, Eles justificam que os relatórios contábeis são úteis, retratam a situação da empresa e refletem a situação financeira.

Pergunta 09: Informações importantes para uma tomada de decisão que envolva aspectos econômico-financeiros.

Neste item, procurou-se verificar quais as informações que envolvem aspectos econômico-financeiro e que os administradores das MPE's consideram relevantes no momento de se tomar uma decisão. Ver na Tabela 14.

Tabela 14 – Distribuição dos principais tipos de informações relevantes na tomada de decisão

	Frequência	Percentual	% Acumulado
Adquiridas c/ a Experiência	17	11,7	11,7
Comportamento do Mercado	19	13,2	24,9
Relatórios Contábeis	45	30,8	55,7
Custo das mercadorias	12	8,8	64,5
Juros e inflação	04	2,9	67,4
Financeiras: caixa e bancos	04	2,9	70,3
Preço e qualidade	12	8,8	79,1
Nenhuma confia na intuição	30	20,9	100,0
Total	143	100,0	-

Fonte: Dados da pesquisa.

Os microempresários da região do Seridó apresentaram diferentes opiniões sobre as informações que podem ser importantes no momento de se tomar decisões administrativas.

Os dois maiores percentuais apontados nas respostas a essa questão são antagônicos no que diz respeito a ter dados informativos: 30,8% dos administradores, que foi o maior percentual, utilizam relatórios contábeis (BP, DRE, Fluxo de Caixa) na tomada de decisão. Os microempresários justificaram que essa prática iniciou-se com um interesse desenvolvido nele pelo contabilista que presta serviços contábeis a sua MPE. É interessante observar que, na questão 07, a informação contábil escolhida como a mais útil foi a fiscal, enquanto que a opção do controle gerencial que envolve informações e dados que auxiliariam numa tomada de decisão administrativa ficou com o menor percentual.

O segundo maior percentual foi de 20,9%, considerando que os microempresários responderam que não utilizam nenhuma informação nos momentos de decisão gerencial, que suas ações são determinadas intuitivamente. De acordo com Leone (1991, p.93):

As estratégias nas pequenas e micro empresas são intuitivas e o proprietário dirigente está suficientemente próximo de seus empregados para explicar-lhes, no momento adequado, toda filosofia de trabalho. A escolha do melhor método de planejamento depende de variáveis como o estilo de direção, as capacidades dos responsáveis e a complexidade da atividade. Essas empresas operam uma lógica de reação e de adaptação ao ambiente, em vez de antecipação e de proatividade. Isso se concretiza pela ausência de planejamento formal, embora o dirigente tenha uma visão estratégica informal de sua empresa. Ocorre a personalização da gestão na pessoa do seu proprietário, o qual discute diretamente com seus clientes, tanto para conhecer suas necessidades, quanto para promover os seus produtos e serviços.

O comportamento do mercado foi apontado como uma informação importante para 13,2% dos administradores, que alegam que essas informações referem-se ao ambiente interno (preço, prazo e qualidade) e ao ambiente externo (concorrentes, fornecedores, impostos...). Eles relatam que essas informações não são acessíveis, e que, por esse motivo, os seus negócios não apresentam melhores resultados. Na opinião de Albuquerque (2004, p. 36), a informação estratégica é o produto da interpretação dos dados do ambiente e de aspectos internos da organização e permite ao executivo tomar decisões sobre o produto a ser oferecido e o mercado a ser atendido melhor do que outras empresas. A informação possibilita ao executivo escolher o caminho para cumprir a missão organizacional, visando a uma melhor interação com o ambiente.

As demais informações apontadas como relevantes no processo de tomada de decisão, que representam o percentual integrado de 23,4%, refletem aspectos diversos: custos, preços, qualidade, finanças e medidas políticas econômicas (juros e inflação). Na pesquisa realizada por Albuquerque (2004, p. 37), as informações mais citadas para análise dos recursos e capacidades organizacionais são:

- informações sobre as atividades de marketing: força de venda, forma de distribuição, características e preços dos produtos, promoção e propaganda etc;
- informações sobre as atividades de produção: custos, qualidade, nível de estoque, instalações, tecnologia de produção, equipamentos etc;

- informações sobre as atividades financeiras: análise dos índices financeiros, organização do sistema de controle financeiro e contábil, capacidade dos relatórios e demonstrativos da empresa informar seu desempenho etc;
- informações sobre as atividades relacionadas aos recursos humanos da empresa: experiência e sensibilidade dos administradores, habilidades e conhecimentos dos funcionários etc;
- informações sobre os aspectos organizacionais: estrutura, cultura, políticas econômicas etc.

Pode se dizer que, nas MPE's do Seridó, existe uma postura curiosa nas respostas em relação à informação que seria mais útil numa decisão que envolve aspecto econômico-financeiro: 32% dos entrevistados optaram por confiarem em si próprios, contando com a experiência adquirida e sua intuição na escolha das decisões, os demais acreditam nas informações financeiras e gerenciais.

Pergunta 10: Relatórios que recebe da Contabilidade.

Essa pergunta reforça as perguntas 08 e 09 da pesquisa. Na oitava questão, 69,9% dos microempresários afirmaram que as informações provenientes da contabilidade são úteis no processo de tomada de decisão. Na nona questão, 30,8% dos administradores das MPE's do Seridó utilizam relatórios contábeis como instrumento de tomada de deliberação organizacional. Vejamos na Tabela 15 e no Gráfico 15 quais os relatórios que eles recebem da contabilidade.

Tabela 15 – Distribuição dos relatórios provenientes da Contabilidade

	Frequência	Percentual	% Acumulado
Balanco Patrimonial e DRE	64	44,2	44,2
BP, DRE, Fx Cx e DOAR	31	22,0	66,2
Folha de Pagamento	6	4,4	70,6
Nenhum	42	29,4	100
Total	143	100,0	-

Fonte: Dados da pesquisa.

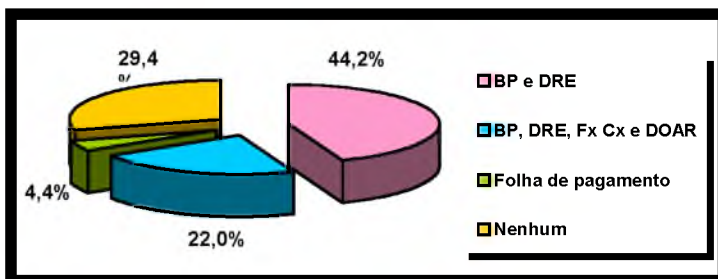


Gráfico 15 – Relatórios contábeis

Observa-se que 44,2% responderam que o BP e a DRE são os relatórios contábeis que recebem da contabilidade, enquanto que 22,0% informaram que, além do BP e da DRE, também recebem da contabilidade o Fluxo de Caixa e a DOAR, o que causa curiosidade, já que a DOAR não é um demonstrativo obrigatório de acordo com a Lei das Sociedades por Ações.

Para Iudicibus e Marion (1999, p. 21), “relatório contábil é a exposição resumida e ordenada de dados colhidos pela contabilidade. Ele objetiva relatar às pessoas que utilizam os dados contábeis os principais fatos registrados por aquele setor em determinado período”.

Conforme Albuquerque (2004, p. 60):

Os relatórios contábeis devem ser o mecanismo de interação entre os gestores e as atividades da empresa, interação esta decorrente da divulgação de informações úteis e oportunas, que auxiliam no seu processo de tomada de decisões. O código comercial torna obrigatória a elaboração de dois relatórios contábeis para todas as empresas, inclusive as de pequeno porte, quais sejam: O BP e a DRE.

Verifica-se que 29,4% responderam que não recebem nenhum relatório da contabilidade. Justificaram que são eles que preparam os relatórios, que na realidade são anotações em folhas, discriminando a situação financeira (entradas e saídas). Essa informação é confirmada na tabela 13, onde 27,9% dos entrevistados respondem que não recebem informações relevantes da contabilidade para tomarem decisões que envolvam questões de aspectos econômico-financeiros.

De acordo com Coelho Neto (1997, p.78), “as micro e pequenas empresas utilizam poucas ferramentas de gestão financeira, além de apresentar carência de um sistema de informações gerenciais que possibilite ao seus proprietários tomada de decisão mais segura”.

Apenas 4,4% dos entrevistados responderam que recebem apenas a folha de pagamento. Observa-se que, na questão 07, um quantitativo de 8,8% dos microempresários responderam que a informação contábil mais útil é a trabalhista. Eles colocam que os contadores dizem que MPE não tem obrigação de elaborar relatórios contábeis.

Na opinião de Albuquerque (2004, p. 59), “a contabilidade deve estar voltada também para o usuário interno, fornecendo informações sobre medidas, mas, não se prendendo apenas aos aspectos fiscais e trabalhistas”.

Pode ser inferido que os 95 (noventa e cinco) microempresários que recebem da contabilidade algum tipo de relatório contábil, colocaram que o utilizam para cumprimentos legais, conforme mencionado na questão 06, e confirmado na questão 07, que aponta como as informações contábeis mais relevantes a fiscal e a trabalhista.

Pergunta 11: Tomadas de decisão que utilizam conhecimentos sobre a lucratividade dos produtos/serviços.

Procurou-se identificar através desta pergunta, a existência de formas ou regras de busca de informações no momento de se tomar decisões em relação a ações que refletem na lucratividade da empresa. As respostas tabuladas constam na Tabela 16.

Tabela 16 – Distribuição das ações de decisões que repercutem na lucratividade das MPE's do Seridó

	Frequência	%	% Acumulado
Experiência	61	42,6	42,6
Experiência, Relatórios Financeiros, Relatórios Contábeis e Auxílio de um Profissional (Diversos)	16	10,6	53,2
Intuição e Experiência	8	5,8	59,0
Experiência e Relatório Financeiro	8	5,8	64,8
Auxílio de um Profissional	8	5,8	70,6
Relatórios Financeiros	42	29,4	100,0
Total	143	100,0	-

Fonte: Dados da pesquisa.

Observa-se que 42,6% dos entrevistados tomam decisões que refletirão na lucratividade dos seus produtos/serviços, levando em conta apenas a sua experiência no ramo do negócio escolhido para desenvolver. Leone (1999, p. 92) esclarece que, “para o dirigente, é preferível agir só e guiado pela sua sensibilidade do que pelos meios técnicos de administração fornecidos pela ciência às empresas dotadas de uma organização administrativa sofisticada”.

No decorrer da pesquisa, os microempresários relataram que quando se conhece o negócio é fácil gerenciá-lo, pois já conhecem os custos dos produtos ou serviços, já se relacionam há muito tempo com o fornecedor e conhecem o gosto do cliente e todo ambiente comercial. Blatt (1999, p. 65) relata o resultado de uma pesquisa na qual informa que em 60% dos casos de insucesso os empresários não possuíam experiência anterior, enquanto apenas 40% dos bem sucedidos não possuíam experiência. Os microempresários afirmam que se sentem seguros da situação, e que o sucesso ou insucesso da empresa só dependerá deles.

Durante a pesquisa percebeu-se que alguns dos microempresários entrevistados pareceram confusos e incertos em suas respostas, marcando quatro das cinco alternativas. Explanavam que agiam de acordo com sua experiência, utilizavam relatórios produzidos por eles mesmos, usavam relatórios contábeis (BP, DRE) e buscavam a orientação desses profissionais (os que emitiam os relatórios contábeis). Conforme Albuquerque (2004, p. 52), “o estilo de liderança, na pequena empresa, depende de outros fatores além das características do líder, ele disponibiliza de outras informações no momento de se tomar decisões”.

Observou-se, ainda, que os microempresários da região do Seridó apresentam um alto grau de indecisão no momento de tomar uma decisão administrativa, não tendo certeza de que instrumento utilizará. Conforme Bilessimo (2002, p. 15):

Os sócios-gerentes das pequenas empresas executam diversas atividades ao mesmo tempo, e como consequência, diminuem a eficiência do processo produtivo. Os mesmos poderiam priorizar determinadas atividades, a fim de viabilizar a melhoria contínua de sua empresa, mas não encontram facilmente as informações adequadas.

Verifica-se que 5,8% dos entrevistados recorrem a sua intuição e experiência, no momento de tomar decisões que influenciam na lucratividade das MPE's. E o mesmo percentual se aplica aos que decidem se baseando na experiência e em relatórios financeiros preparados por eles mesmos. Segundo Albuquerque (2004, p. 57), os empreendedores não consideram as informações contábeis como auxiliares no seu processo de tomada de decisão, confiando apenas na sua intuição e nos dados por eles obtidos. Essa forma, a contabilidade é vital como um mal necessário para o cumprimento de suas obrigações legais e fiscais.

Verificou-se que o mesmo percentual de 5,8% dos entrevistados responderam que tomam decisões que repercutem na lucratividade, baseados em auxílio de um profissional, justificando que são os que executam seu controle contábil. Conforme pesquisa realizada por Rego (1999, p. 31), em doze unidades da Federação, na maioria delas, tanto empresas em atividades quanto extintas, recorreram principalmente ao contador para conduzir ou gerenciar as empresas, vindo a seguir o SEBRAE e pessoas que conheciam o ramo de atividade.

Os 29,4% dos microempresários que optaram pela resposta de tomar decisão tendo como instrumento relatórios financeiros justificaram a opção colocando que, no processo de tomada de decisão, o que mais interessa são os relatórios financeiros elaborados internamente, com auxílio de funcionários. Na tabela 14, 30,8% dos entrevistados apontaram os relatórios contábeis importantes no processo de tomada de decisão, em contrapartida 69,2% utilizam outros tipos de informações, dados e relatórios adquiridos pelos administradores. De acordo com Bortoli Neto (1980, p. 87):

As especificidades da pequena empresa, citadas na literatura e relacionadas com a personalidade do proprietário-gerente, são: personalização da gestão; predominância do dirigente que corre risco; operação da empresa à imagem e semelhança do empreendedor, nascimento, vida e desenvolvimento da empresa a partir do talento, sensibilidade e vontade de realizar do empreendedor.

Identifica-se, através dessas considerações, que os gestores das MPE's personalizam os seus negócios, tomam decisões levando em consideração sua experiência e intuição, observando o processo operacional, o gosto da clientela e as tendências do mercado, confiando no seu gosto e na sua sensibilidade. Na tabela 13, 27,9% dos entrevistados, não acreditam nas informações recebidas da contabilidade, sendo eles próprios que produzem suas informações.

Nesse sentido, os gestores das MPE's do Seridó acreditam primeiramente na experiência adquirida com o passar do tempo no momento que tomam decisões que repercutem na lucratividade de seu negócio, mas relatam a confiança que atribuem aos dados provenientes dos relatórios financeiros, os quais informam os valores (caixa e banco, contas a receber e contas a pagar) e quantidades (compradas e vendidas). Tais dados são considerados, eficazes demonstrando a real situação econômica da MPE.

Pergunta 12: O progresso dos negócios deve-se a que motivo?

Pretendeu-se com esta pergunta averiguar a condição de credibilidade do microempresário em relação ao progresso dos seus negócios. As questões objetivas propostas são: experiências anteriores, tino comercial, conhecimentos desenvolvidos com estudos e outros a especificar, conforme a Tabela 17.

Tabela 17 – Distribuição das especificidades que possibilitam o progresso dos negócios das MPE's do Seridó

	Frequência	%	% Acumulado
Experiências anteriores	36	25,0	25,0
Tino Comercial	44	30,8	55,8
Conhecimentos desenvolvidos, estudos (C.D.E.) e experiência anteriores.	15	10,5	66,3
C.D.E	31	22,0	88,3
Outros	17	11,7	100,0
Total	143	100,0	-

Fonte: Dados da pesquisa.

Observa-se, na tabela 17, que 25,0% dos pesquisados acreditam que a experiência adquirida anteriormente é responsável pelo progresso do seu empreendimento, que não adianta confiar apenas na intuição e na sorte, é necessário ter experiência. Oliveira (2001, p. 04) chama atenção dos microempresários para a competição acirrada em que se encontra o mercado atual, o qual exige decisões rápidas e precisas, não podendo o empreendedor confiar apenas na sua intuição. É necessário destacar que a experiência adquirida no decorrer do tempo pode propiciar decisões acertadas, mas não é um fator suficiente para assegurar um bom desempenho no mercado brasileiro, já que as mutações são frequentes, e o passado não se repete exatamente.

Os microempresários da região do Seridó que responderam “*Experiências anteriores*” afirmam que o aprendizado adquirido quando eram funcionários (na maioria das vezes, como vendedores), ou representantes de produtos, possibilitou o conhecimento dos produtos que atualmente negociam.

Segundo Bilessimo (2002, p. 22), “o surgimento de novas empresas de sucesso é praticamente um prolongamento do trabalho que os novos empresários executavam quando eram empregados. Já conhecem o mercado e suas dificuldades, o que facilita o gerenciamento dos negócios”.

Conforme a Tabela 17, o maior percentual apresentado foi de 30,8%, que corresponde a 44 (quarenta e quatro) microempresários, os quais acreditam e defendem que o progresso dos seus negócios se deve exclusivamente ao seu tino comercial. Eles conceituam tino comercial como um dom natural, e que faz parte de sua personalidade a facilidade de comercializar.

Os entrevistados explicam que o tino comercial propicia a fácil captação do conhecimento dos negócios e favorece as habilidades comerciais, podendo ser o controle sem o uso de relatório. Na opinião de Maximiano (2000, p. 41), “os conhecimentos funcionam como ponto de referência para compreensão da realidade e como base para o desenvolvimento das habilidades”.

Os 10,5% dos entrevistados que responderam que o sucesso de sua MPE se deve as experiências anteriores, juntamente com conhecimentos desenvolvidos em estudos, expuseram que apenas ter experiência não é suficiente, o mercado está em constante mudança, as técnicas comerciais se aprimoram, os concorrentes buscam novos produtos, a qualidade e satisfação do cliente passam por mudanças contínuas, havendo sempre a busca por novidades e modismos.

Numa pesquisa desenvolvida por Motta (2000, p. 89), foram apontados fatores que aparecem como importantes para o sucesso da empresa; entre vários, estão: experiência prévia; apoio/ ajuda profissional; foco no cliente/mercado; boa concepção de negócio; abrir o negócio por vocação e/ou treino. Ainda segundo Motta (2000, p. 89), o empreendedor amplia suas chances de sucesso se, antes de iniciar o seu negócio, procurar conhecer o mercado de seu

interesse, buscar alguma experiência na área, dispor de algum recurso financeiro e possuir uma boa concepção de seu negócio e dos riscos envolvidos.

Entre os pesquisados, 22,0% alegaram que o sucesso de seu negócio se deve a conhecimento desenvolvido com estudos. Relatam que buscaram aprimoramento intelectual, realizaram cursos na área de administração de negócios, vendas, marketing, controle financeiro, relações públicas, atendimento ao cliente.

De acordo com Bilessimo (2002, p. 22), os pequenos empresários devem procurar desenvolver seus conhecimentos. Existe atualmente, nas universidades, a empresa incubadora - infraestrutura física e de informação para auxiliar empresas iniciantes a consolidarem seus negócios, prestando assistência técnica, jurídica e administrativa de que precisam para entrar nos trilhos de estabilidade e do crescimento. Complementando, Bilessimo (2002, p. 16) explana que:

(...) para começar um negócio duradouro, a experiência e a afinidade à atividade são de vital importância. A pesquisa e a coleta de informações ajudam a firma à certeza de escolher o ramo certo. Alguns segmentos de atividade não exigem grande experiência, como no comércio, o ponto (local de vendas), o esforço de vendas ou a excelência do produto podem garantir o sucesso.

Entre os entrevistados 11,7% marcaram a opção “outros” e, apontando especificidades que possibilitam o progresso dos negócios, indicaram vários fatores, entre eles, estão: o negócio ser lucrativo, habilidade no que faz e dedicação.

As respostas à questão sinalizam que mais da metade dos microempresários da Região do Seridó atribuem o progresso dos seus negócios ao seu tino comercial e à experiência adquirida no ramo em que atuam, sendo que todos, sem exceção, colocaram a importância do conhecimento desenvolvido em cursos de aperfeiçoamento, conforme foi justificado na questão 05.

Pergunta 13: Informação utilizada para definir o preço de venda dos produtos ou serviços.

Nesta pergunta, observam-se entre as alternativas propostas, qual a informação mais relevante para definir o preço de venda dos produtos ou dos serviços prestados. Isto pode ser visualizado na Tabela 18 e no gráfico 16.

Tabela 18 – Distribuição da informação utilizada para compor o preço de venda de produtos ou serviços das MPE's do Seridó

	Frequência	%	% Acumulado
Preço de compra	15	10,3	10,3
Preço de compra mais despesas	82	57,3	67,6
Preço praticado pela concorrência	21	14,7	82,3
Custo + lucratividade que pretende	19	13,2	95,5
Outros	06	4,5	100,00
Total	143	100,0	-

Fonte: Dados da pesquisa.

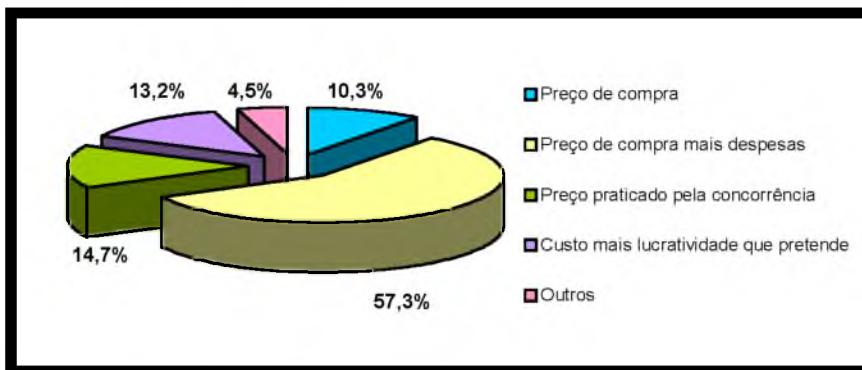


Gráfico 16 – Informação utilizada

Os respondentes que representam 10,3% dos entrevistados indicaram o preço de compra ou custo de aquisição como indicador primordial para a formação do preço de venda.

De acordo com Pereira (2000, p. 38), os fornecedores têm influência sobre a formação de preços, em função de que a empresa efetua para eles desembolsos que deverão ser repassados na

venda dos produtos, sem esquecer que o transporte até o consumidor final também está incluso. Pereira ainda assegura que, nas pequenas empresas, esse procedimento é o mais comum praticado pelos empresários, pois estes têm consciência de que o fornecedor é um custo obrigatório e que deve-se partir deste para que consiga um preço final adequado para a venda de seus produtos e que devem ser incorporados ao preço de venda do produto para que se obtenha o pleno funcionamento do negócio.

Cogan (1999, p. 103) afirma que: “o método mais utilizado pelas micro e pequenas empresas é o do custo das mercadorias, que é o acatado pela Receita Federal”.

O maior percentual apresentado na pesquisa em relação a essa pergunta: *Qual informação o senhor utiliza para definir o preço de venda dos seus produtos ou serviços*, foi de 57,3%, onde a opção escolhida foi de que a formação do preço de venda leva em consideração o preço de compra mais as despesas. O resultado apontado por esse percentual não retrata o resultado de uma pesquisa realizada pelo SEBRAE (2000, p. 16), a qual demonstra que o gestor da MPE considera somente o custo da empresa para a formação do preço de venda do produto, não levando em consideração as ações desenvolvidas pelos concorrentes, bem como a demanda do mercado em que a empresa encontra-se localizada. No ato da aplicação da pesquisas, eles justificam a opção, explicando que acreditam ser muito arriscado compor o preço de venda levando em consideração apenas o custo do produto, deixando de lado as despesas operacionais. Sentem-se mais garantidos quando formam o preço de venda, somando custos do produto mais as despesas operacionais (aluguéis, salários, comissões, embalagem, água, energia, telefone...) e só então aplicam um multiplicador.

Uma pesquisa realizada por Demori (1998, p. 103) demonstrou que as MPE's aplicam um percentual sobre o preço das mercadorias adquiridas, formando o preço de venda, o qual cobrirá todas as despesas e ainda apresentará rentabilidade.

No decorrer da pesquisa, foi identificado que os microempresários entrevistados realizavam o cálculo da formação do preço de venda de uma forma rudimentar, simples e direta. Identificam os custos dos produtos, mas não classificam as despesas, todas elas são denominadas de

operacionais, não importa se são fixas ou variáveis. Segundo Pereira (2000, p. 39), “a maior dificuldade dos empresários de pequeno porte é distinguir e separar os custos fixos dos custos variáveis pertinentes à empresa”.

Verificando a Tabela 22, percebe-se que 14,7% dos entrevistados formam seu preço de venda levando em consideração o preço praticado pela concorrência. Assaf Neto (1988, p. 30) coloca que, “no momento de se formar o preço de venda dos produtos, é de suma importância verificar os preços praticados pelos concorrentes. Para não ter desvantagens, é aconselhável acompanhar esses preços e conquistar mais clientes”.

Alguns dos entrevistados que escolheram marcar essa resposta evidenciaram que a preocupação com os concorrentes se deve ao fato de comercializar o mesmo tipo de produto, geralmente com a mesma qualidade e oriundo da mesma fonte, principalmente aqueles que comercializam no ramo de vestuário e alimentos. Pratten (1991, p. 19), em sua pesquisa, identificou, “os principais fatores de competitividade das MPE’s: desenvolvimento de produtos e a qualidade dos serviços propiciados aos clientes. Destas duas fontes básicas de competitividade decorrem outras, como flexibilidades, tipo de serviços oferecidas aos clientes e eficiência”.

Analisando o gráfico 19, verifica-se que 13,2% dos entrevistados responderam que formam seus preços, multiplicando o custo do produto pela margem de lucro desejada.

Na opinião de Santos (1991, p. 123), essa é a forma mais comum na prática dos negócios. Se a base for o custo total, a margem adicionada deve ser suficiente para cobrir os lucros desejados pela empresa. Se a base for os custos e despesas variáveis, a margem adicionada deve cobrir, além dos lucros, os custos fixos. Os microempresários que aplicam essa forma de compor o preço de venda justificam que quanto menor for seu custo, menor será seu preço e isso atrairá clientes.

Os 4,5% restantes dos microempresários pesquisados utilizam outras informações para compor seu preço de vendas. Esse número corresponde a 06 dos 143 microempresários entrevistados. Uns afirmaram que leva em consideração o preço de compra mais os impostos e

mais as despesas; outros, que obedecem a uma tabela de preços estipulados por um órgão governamental (é o caso das farmácias).

Conforme Sardinha (1995, p. 28):

As variáveis exógenas são os fatores do macro-ambiente e as variáveis endógenas, a decisão de preço resultando em um modelo composto da estrutura da empresa na qual ela se enquadra, do perfil da demanda com o qual ela defronta, do estágio do ciclo de vida do produto, da legislação em vigor e dos fatores tecnológicos.

A problemática que envolve a formação do preço de venda se reflete no conflito entre os atos gerenciais e os fatos contábeis, sendo composto por diversos aspectos, dentre quais se destacam: o perfil do gerente, o ciclo de vida do produto, a legislação tributária em vigor e os recursos disponíveis, sejam humanos ou tecnológicos.

Parece ser plausível avaliar que, na opinião dos gestores das MPE's, a informação mais necessária para compor o preço de venda é o preço do custo da mercadoria adquirida mais as despesas operacionais ou de manutenção. Com base nesses dois valores, eles compõem o preço de venda, utilizando um percentual que possibilite um lucro em torno de, no mínimo, 50%, segundo afirmaram.

Pergunta 14: O melhor método para a definição do preço de venda dos seus produtos/serviços.

As respostas obtidas para esta pergunta identificam direcionamentos gerais. Segundo Santos (1991, p. 44), deve-se adotar um dos seguintes métodos, para realizar-se uma boa e correta formação do preço de venda: o método baseado no custo das mercadorias, o método baseado na decisão dos concorrentes e o método misto.

Os microempresários da região do Seridó, conforme demonstrado na Tabela 19 e visualizado no gráfico 17, apresentaram quatro direcionamentos de respostas:

- custo do produto mais despesas, que corresponde ao método baseado no custo das mercadorias;
- preço dos concorrentes ou do mercado, que está relacionado ao método baseado na decisão dos concorrentes;
- leva-se em conta o Custo do produto mais despesas e também o preço do concorrente, optando pelo menor; e;
- 23,5% dos entrevistados não responderam; justificaram que essa era uma informação confidencial; alguns fizeram observações do tipo:
 - o que utilizo não acredito existir outro melhor;
 - o que eu adoto vem dando certo;
 - acredito na minha experiência;
 - acredito que os que utilizo são excelentes, pois têm dado ótimo retorno;
 - o preço deve sempre ser baseado no investimento aplicado;
 - elaboro de acordo com as informações contábeis...

Por essas observações, pode se dizer que algumas das MPE's da Região do Seridó consideram que o conhecimento que diz respeito ao método que ele pratica para aplicar o preço de venda é uma informação confidencial e sigilosa, dando-lhe a garantia da rentabilidade dos negócios.

Tabela 19 – Distribuição do melhor método para definição do preço de venda das MPE's do Seridó

	Frequência	%	% Acumulado
Método baseado no custo da mercadoria	53	36,9	36,9
Método baseado nos concorrentes	12	8,8	45,7
Método misto	44	30,8	76,5
Não responderam	34	23,5	100,0
Total	143	100,0	-

Fonte: Dados da pesquisa.

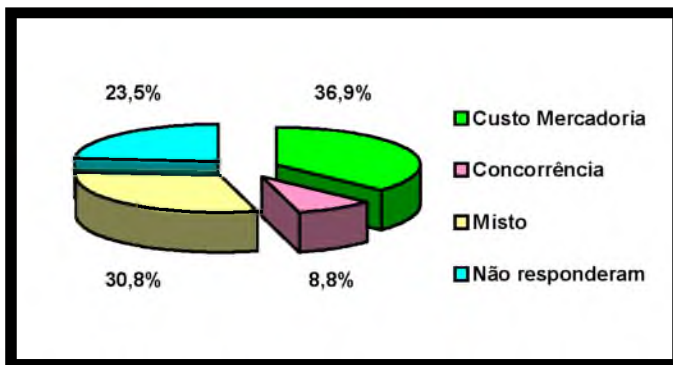


Gráfico 17 – método para definição do preço de venda

Na questão 13, a opção de resposta que apresentou o maior percentual (57,3%) referia-se, como base para compor o preço de venda, ao custo do produto mais às despesas. Essa indicação foi confirmada aqui, na questão 14, onde o maior percentual em relação ao método foi o do custo da mercadoria.

Sardinha (1995, p. 70) confirma que a maneira mais popular para determinar preço de um produto baseia-se no princípio do mark-up – o preço é determinado adicionando-se uma margem de lucro aos custos do produto. Esta margem de lucro deverá cobrir todas as outras despesas ainda não incluídas nos custos dos produtos, além de permitir um retorno razoável aos investimentos.

Segundo Pereira (2000, p. 39), “deve-se crer que toda empresa é uma entidade com fins econômicos, isto é, tem como objetivo o lucro; sendo assim, é necessário incorporar-se ao preço

de venda um percentual que se entenda ser o mais adequado e necessário aos objetivos da empresa”.

Os gestores das MPE's que representam o percentual de 30,8% que optaram pelo *método misto* justificaram durante a aplicação do formulário, que para terem certeza de que não estavam cometendo erros ao formar seu preço de venda deveriam confrontar seu preço (tal preço é composto do custo do produto mais despesas) com o preço praticado pelos concorrentes. Segundo Franco (1991, p. 37), na atividade comercial, o custo compreende o preço de aquisição da mercadoria vendida, mais as despesas decorrentes dessa atividade, até a obtenção do ingresso pela venda das mercadorias; com o do mercado, ou melhor dizendo, com o dos seus concorrentes. De acordo com Morris e Morris (1994, p. 41), a concorrência é um fator externo que não pode ser controlado pela empresa, pois depende de circunstâncias irrelevantes à operacionalização da mesma.

Os 8,8% dos microempresários que responderam ao questionamento que o seu método de formar o preço de vendas era baseado nos preços dos concorrentes alegaram que o cliente sabe o que quer e por quanto quer, e tanto a qualidade do produto como o preço fazem a diferença. Por esses motivos, é que deve se observar atentamente a concorrência e sua política de mercado.

De acordo com o SEBRAE (1999, p. 18) é de fundamental importância que:

A empresa conheça bem seus concorrentes para que possa, desta forma, se sobressair na disputa mercadológica. Mas para isso é necessário saber: Quem são os concorrentes? Qual a qualidade dos seus produtos e serviços? Quais são as suas estratégias de mercado? Onde estão localizados? Quais e quantas empresas atuam na região e qual a participação de cada uma no mercado?

Isso implica que, ao se observar à análise dessa questão, percebe-se que os microempresários da Região do Seridó têm uma atenção toda especial na escolha no método que utilizam para formar seu preço de venda. Ele se mostra atento ao custo da mercadoria, às despesas operacionais e ao preço praticado pelo concorrente, tomando o cuidado de compor um preço que cubra os gastos, dê-lhe lucratividade e seja atraente a seu cliente.

Pergunta 15: Lucro e custo dos produtos e serviços por unidade vendida.

Observando os resultados apresentados na pergunta 14, foi demonstrado um percentual de 23,5% de entrevistados que não responderam à questão por acreditarem ser uma informação sigilosa, enquanto que, nesta questão, observando a tabela 20, 45,6% dos entrevistados argumentaram não ter conhecimento exato de quanto lucram por unidade vendida e qual o custo unitário (custo mais despesas) dos produtos e serviços.

Adizes (1990, p. 05) chama atenção para o fato de que a meta de muitas empresas é aumentar as vendas e a participação no mercado, pressupondo-se que mais vendas signifiquem mais dinheiro em caixa e mais lucros. Para isso, começam a oferecer descontos, comissões e facilidades aos clientes, podendo até vender produtos sem qualidade. Como resultado, quanto mais vendem, menos lucro têm porque geralmente não sabem quais são os custos das mercadorias que vendem.

Tabela 20 – Distribuição das informações sobre lucro e custo das MPE's do Seridó

	Frequência	%	% Acumulado
Sabem quanto lucram	78	54,4	54,4
Não sabem	65	45,6	100,0
Total	143	100,0	-

Fonte: Dados da pesquisa.

Os gestores das MPE's que responderam que sabem quanto lucram, e também têm conhecimento dos custos dos produtos e serviços argumentaram que a margem de lucro é uma informação sigilosa, pois se os concorrentes tomarem conhecimento, poderão perder alguns descontos que conseguem com os fornecedores, por serem clientes especiais. Informações de custos eficientes podem ser a chave de sucesso de um empreendimento.

Kassai (1996, p. 41) afirma que, “o custo representa uma ferramenta de auxílio para o gestor tomar decisões, objetivando: determinar o custo dos produtos como um dos critérios da

fixação de preços; analisar a rentabilidade das diversas atividades e produtos da firma; avaliar os estoques; determinar a estrutura de custos dos produtos e compará-la à concorrência”.

Os 45,6% dos pesquisados que responderam que não têm conhecimento de quanto lucram por unidade vendida, relataram durante a pesquisa que seus produtos apresentam margens diversas, e que eles tem dificuldades para obter essas informações. Eles explicam que aplicam um percentual sobre o valor dos custos totais (custo do produto mais despesas gerais), e essa margem cobre os custos e promove o lucro.

Na ótica do SEBRAE (1999, p.23), para realizar uma correta formação do preço de venda, deve-se levar em consideração:

- custo de aquisição das mercadorias, devendo conhecer-se:
 - preço de compra da mercadoria;
 - custo do transporte;
 - impostos que incidem sobre o produto;
 - embalagem.
- custo de funcionamento da empresa;
- comissões sobre vendas; e
- lucro desejado pela empresa.

De acordo com Pereira (2000, p. 48), a margem adicionada deverá cobrir, além do lucro almejado pela empresa, também os custos operacionais destinados ao pleno funcionamento, independente do volume de vendas alcançado pela empresa.

Os gestores das MPE's do Seridó se preocupam em ter conhecimento da rentabilidade dos seus negócios em valores totais, não em valores unitários. Entende-se que uma das maiores dificuldades do micro e pequeno empresário é como conhecer com exatidão os custos e os lucros unitários dos produtos. Eles justificam que operam com produtos diversificados e com custos de aquisição bastante diferenciados; alguns estão investindo em software de controle de estoques, e acreditam que irão obter essa informação de forma rápida e segura.

Pergunta 16: A relevância do conhecimento do custo dos seus produtos/serviços, mesmo considerando que os preços de venda desses são definidos no mercado.

Os resultados obtidos para esta questão assemelham-se ao que foi apresentado na pesquisa de Oliveira I. (2002, p. 101), na qual constatou-se que 60,0% das MPE's entrevistadas consideravam o conhecimento dos custos relevantes para formação do preço de venda, mesmo tendo o mercado como parâmetro. Esses dados são demonstrados na Tabela 21 e configurados no gráfico 18.

Tabela 21 – Distribuição da relevância dos custos, num mercado com preço definido

	Frequência	%	% Acumulado
Sim, é relevante	83	57,5	57,5
Não é relevante	46	32,3	89,8
Não responderam	14	10,2	100,0
Total	143	100,0	-

Fonte: Dados da pesquisa.

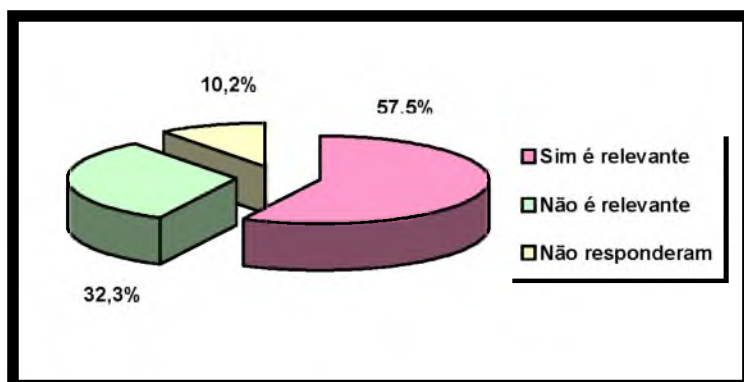


Gráfico 18 – relevância dos custos

Observa-se que 57,5% dos entrevistados responderam que é relevante se conhecer o custo dos produtos ou serviços, mesmo quando o preço de venda deste produto sofre influência do mercado. Eles afirmaram, durante a aplicação do formulário, que mesmo que o mercado estipule ou defina seu preço, com o conhecimento do seu custo, ele tem condições de oferecer melhores preços ou prazos, e com isso combater os concorrentes.

De acordo com Motta (2000, p. 97):

O conhecimento dos custos das empresas, no ambiente atual de competitividade, é essencial, uma vez que o lucro é determinado pelo preço, que já é estabelecido pelo mercado, menos os custos da empresa; portanto, para aumentar o lucro, a empresa deve reduzir custo e não aumentar preços.

Essa opinião é defendida também por Martins, E. (2000, p. 83), quando alerta que o conhecimento dos custos pelo administrador da empresa é de vital importância, pois no momento que o preço é determinado pelo mercado, faz-se necessário decidir por sua fabricação, analisando se o custo está compatível com o preço estabelecido e se o custo pode ser reduzido.

Os 32,3% dos pesquisados que responderam que conhecer os custos dos produtos ou serviços não é importante num mercado em que os preços já são determinados, justificam que por seus preços serem tabelados, e sua margem de lucro predeterminada por algum órgão governamental, ou de classe, ou ainda por sindicatos (no caso de remédios, combustíveis, padarias, etc), não se preocupam em analisarem os custos unitários dos produtos, geralmente trabalham com uma margem estreita e buscam um diferencial no atendimento ao cliente.

Kotler (2000, p. 240) considera o mercado onde está localizada a empresa como sendo um dos fatores externos que mais influenciam nas decisões de fixação de preços, sendo que estes fatores influenciam nestas decisões, principalmente pela demanda e pela concorrência. Os microempresários da região do Seridó que optaram por essa resposta, argumentam que “conhecer ou se preocupar em conhecer os custos é perda de tempo, se o mercado estabelece, o jeito é acatar”.

Pereira (2000, p. 74) afirma que cabe à administração da empresa a escolha das metas que melhor expressam seus objetivos; estas metas são a formulação de estratégias de determinação de preços, pois uma estrutura bem definida de custo leva a empresa a ter firmeza e possibilidades de tomar decisões gerenciais bem definidas. Porém, é indispensável a análise referente à concorrência e ao mercado, pois estes dois fatores são o trampolim de acesso aos bons resultados que a empresa deseja alcançar, observando que as forças, tanto da oferta quanto da procura, devem ser levadas em consideração ao se estabelecerem os preços dentro dos produtos.

Os outros 10,2% dos entrevistados que não responderam à questão, alegaram que não vivenciam tal situação, ou seja, relatam que no ramo que exploram não existe concorrência, operam com produtos exclusivos (monopólio – plano de saúde, distribuidoras de bebidas e produtos de marcas com exclusividade), e não têm que se preocuparem com o mercado; a demanda é garantida, assim eles afirmam.

Os micros e pequenos empresários da Região do Seridó observam o mercado como um ambiente competitivo, influenciado por medidas financeiras normativas (inflação, tabelamento, isenção, incentivos fiscais, etc.), mas o que importa é o cliente, a qualidade dos produtos, o preço atrativo e o atendimento é que faz a maior diferença na rentabilidade dos negócios.

Pergunta 17: Informações de natureza econômico-financeiras que deveriam ser produzidas pela Contabilidade para serem utilizadas na tomada de decisão.

O propósito desta pergunta é verificar a opinião dos microempresários da região do Seridó Potiguar em relação às informações produzidas pela contabilidade, solicitando sugestões do que pode ser produzido pela contabilidade para que a mesma possa ser utilizada no processo de tomada de decisão. Veja-se a Tabela 22 e o gráfico 19.

Tabela 22 – Distribuição das informações relevantes produzidas pela contabilidade

	Freqüência	%	% Acumulado
Lucratividade e mercado	19	13,2	13,2
Financeira e gerencial	37	26,4	39,6
Úteis e simples	66	45,7	85,3
Não responderam	21	14,7	100,0
Total	143	100,0	-

Fonte: Dados da pesquisa.

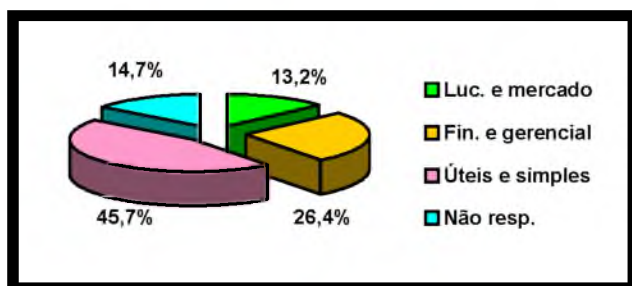


Gráfico 19 – informações relevantes produzidas pela contabilidade

Analisando os dados apresentados no gráfico 19, a maioria dos entrevistados (45,7%), responderam que a contabilidade produz varias informações, que lhe são repassadas através dos livros razão e diário, dos demonstrativos contábeis, dos documentos referentes às áreas trabalhistas e tributárias, etc. Mas que, infelizmente, elas não são úteis, por serem complexas e de difícil entendimento. Kassai (1996, p. 71) entende que as principais características que devem apresentar os modelos contábeis são:

- Simplicidade – as informações constantes nos relatórios contábeis devem ser claras, simples e de fácil obtenção;
- Objetividade – as informações devem ser diretas, na tentativa de reduzir a possibilidade de gerar dúvidas aos seus usuários;
- Eficiência – as informações têm que ser confiáveis e relevantes

Os 26,4% dos microempresários que responderam que necessitam que a contabilidade produza informações da área financeira e gerencial relataram que as informações contábeis que lhes são apresentadas só servem para o fisco e para o Ministério do Trabalho.

Meneguele (2000, p. 142) afirma que:

A contabilidade, como ferramenta de gerência, não é utilizada pelos pequenos empresários, por uma razão bastante elementar: não foi encontrada, dentre as empresas pesquisadas, uma sequer que possuisse um programa de contabilidade gerencial para demonstração de sua contabilidade real. A contabilidade tem por objetivo o atendimento de uma exigência fiscal, dando-se pouco ou nenhum valor à finalidade de orientar o administrador. Os entrevistados propõem que os contadores sejam mais prestativos e interessados em auxiliá-los no gerenciamento dos recursos da sua empresa.

De acordo com Kanitz (1995, p. 19) os balancetes das empresas brasileiras, especialmente das pequenas e médias, sobre as quais se dirige a maior parte das observações...são mal feitos. O sistema contábil das empresas é pobre e há falta de recursos para desenvolver um sistema contábil adequado.

13,2% dos entrevistados que solicitam da contabilidade informações sobre lucratividade e mercado, justificam sua proposta, relatando que se sentem desprovidos de informações que os auxiliem em decisões operacionais importantes em relação à lucratividade dos negócios e mercado (compra, venda e estoque).

Na opinião de Resnik (1988, p. 41), a falta de um sistema eficaz de contabilidade de custos não é apenas um problema contábil, e sim um problema administrativo. Pois sem este controle adequado, não se consegue compreender a empresa, e os resultados podem ser desastrosos: a empresa pode começar a promover mercadorias e serviços, ou apostar em projetos que não

agregam nenhum lucro; pode se perder, e não saber mais quais produtos estão dando lucro e quais estão dando prejuízo e, na melhor das hipóteses o administrador terá apenas uma idéia vaga de para onde o dinheiro está indo e de qual é a situação da empresa.

Os 14,7% restantes dos pesquisados não responderam e nem quiseram opinar. Colocaram que os contadores é que devem se preocupar com as informações fornecidas, que eles são pagos para isso. Eles se consideram auto-suficientes para tomar qualquer decisão; essa opinião foi confirmada na questão 12 (doze), onde 55,8% dos entrevistados acreditam que o progresso dos negócios se deve a sua experiência ou a seu tino comercial.

Pelo exposto, percebe-se que os gestores das MPE's do Seridó solicitam dos contadores uma maior atenção, com uma comunicação mais ampla e condizente com a realidade empresarial deles. Afirmam que as informações contábeis recebidas são satisfatórias (em tipos), de acordo com a questão 10, onde 66,2% dos entrevistados confirmam que recebem demonstrativos contábeis da contabilidade. Os microempresários expõem que não recebem a orientação necessária para que haja compreensão dos dados que são repassados, e que por não conseguirem interpretar as informações, não as utilizam no gerenciamento do empreendimento.

Pergunta 18: Como saber que o negócio é lucrativo e como vislumbrar o futuro dos negócios nos próximos cinco anos.

Através desta pergunta, constata-se a opinião dos microempresários em relação aos seus negócios, no que diz respeito à lucratividade, previsão futura dos negócios, e no que se respalda para fazer a previsão. Os dados são demonstrados na Tabela 23.

Tabela 23 – Distribuição das opiniões dos microempresários em relação à lucratividade e ao futuro das MPE's

	Frequência	%	% Acumulado
Resultado financeiro positivo – bem melhor e maior – pela evolução que vem apresentando.	99	69,1	69,1
Pelos relatórios financeiros e contábeis – acredito no meu ramo –comercial – nos relatórios contábeis.	17	11,8	80,9
Não sei se é lucrativo – Espera que melhore – na situação atual.	12	8,8	89,7
Não responderam	15	10,3	100,0
Total	143	100,0	-

Fonte: Dados da pesquisa.

Entre os entrevistados, 69,1% responderam que, de acordo com os relatórios financeiros, preparados por eles mesmos de forma simples (confronto da entrada e saída de dinheiro) os quais apresentam resultados positivos, constatam a lucratividade de suas MPE's, tomando por base a evolução desses resultados em relação ao tempo; acreditam que a MPE tem toda condição de permanecer no mercado durante muito tempo.

Conforme as pesquisas realizadas por Ramiro e Carvalho (2002, p. 90), pode-se identificar alguns requisitos para um negócio ser bem sucedido:

- conhecer o mercado em que atua;
- planejar gastos e estratégias de marketing;

- conhecer o perfil do cliente;
- não subestimar o concorrente, mantendo-se sempre informado sobre os seus movimentos;
- ter uma experiência profissional anterior na área, que ajude na condução do seu empreendimento;
- investir constantemente no negócio, muitas vezes em detrimento da aquisição de bens pessoais;
- controlar o financeiro, elaborar relatórios confiáveis e tempestivos...

Os fatores que aparecem como importantes para o sucesso da MPE apontam para empreendedores que tenham consciência do ambiente em que a empresa irá atuar, que sejam capacitados para gerir o negócio de forma profissionalizada e que foquem o negócio no cliente.

11,8% dos pesquisados responderam ao questionamento afirmando que comprovam a lucratividade da empresa nos resultados apresentados nos relatórios contábeis.

Segundo Oliveira (2001, p. 06), a pequena empresa tem:

Uma grande necessidade de um instrumento gerencial, que possibilite ao empresário agilidade e segurança da tomada de decisão, uma vez que a ausência de planejamento e de controle tem comprometido a sobrevivência da empresa. A contabilidade gerencial consiste em um conjunto de informações ou relatórios contábeis, elaborados com a finalidade de auxiliar o administrador no seu processo de tomada de decisão. Os microempresários entrevistados afirmam que a contabilidade e a assessoria do profissional contabilista são essenciais na sua tomada de decisão e na segurança da continuidade do seu empreendimento.

Na visão de Iudícibus (1998, p.72), a contabilidade gerencial está voltada única e exclusivamente para a administração da empresa, procurando suprir informações que se encaixem de maneira válida e efetiva no modelo decisório do administrador.

Alguns microempresários entrevistados, que correspondem a 8,8% dos pesquisados, asseguram que não sabem se a MPE apresenta lucratividade; alegam que não utilizam a contabilidade para tomar decisões, que o pouco controle que têm é manual, que devem a bancos e aos fornecedores, e que a atual situação financeira é difícil.

Segundo Longenecker e outros (1997, p. 41), fatores econômicos representam a maior causa de fracasso nos negócios americanos, com 45% do total. Dentro desse aspecto, são relatadas dificuldades em vendas, lucros reduzidos, e poucas perspectivas de crescimento. Problemas financeiros aparecem em segundo lugar, com 37,2%, onde os componentes como despesas operacionais e de capital insuficientes são determinantes. Em terceiro, com 10,5%, aparecem às causas relacionadas à qualidade do gerenciamento, tais como experiência gerencial e/ou no ramo e conhecimento de negócios. Outras causas são: negligência, acidente, fraude e causas estratégicas, que representam 7,3%. Apesar de todas as dificuldades mencionadas pelos microempresários, eles mantêm a esperança de que as coisas vão melhorar, pois confiam na experiência desenvolvida e na intuição.

Oliveira, D. (2002, p. 15), “alerta que apesar da visão otimista do empreendedor da pequena empresa no processo de desenvolvimento econômico-social, é necessário que se considere o lado perverso, ou seja, o elevado número de fracassos nos negócios”.

Solomon (1986, p. 54), “destaca que a falta de preparo administrativo dos proprietários pode gerar baixa capacidade administrativa e gerencial, sendo um obstáculo à continuidade dos negócios”.

Os restantes 11,8% dos entrevistados, não responderam comentaram que não têm conhecimento se sua empresa é rentável, que a situação está difícil e tem piorado, e que não têm perspectiva positiva em relação ao futuro, não no ramo em que estão atuando no momento.

Percebe-se que os gestores das MPE's da Região do Seridó acompanham o desenvolvimento de sua empresa, utilizando controles simples e manuais, confrontando as entradas com os gastos, apresentando resultados financeiros que evoluem com o tempo; acreditam na sua capacidade empreendedora e na experiência desenvolvida, conforme ficou demonstrado na questão 11, onde 42,6% dos entrevistados tomam decisões que repercutem na lucratividade dos negócios, confiando na sua experiência.

CAPÍTULO 5
CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste capítulo, contempla-se as considerações finais do presente estudo, face aos objetivos preestabelecidos.

A pesquisa de campo consiste em responder à seguinte pergunta de pesquisa: A informação contábil utilizada no processo decisório das micros e pequenas empresas contribui para o seu efetivo gerenciamento?

O que originou o interesse em desenvolver esse estudo foi a relevância que as MPE's representam para a economia brasileira, já que das empresas nacionais, 92% são MPE's; para o Estado do Rio Grande do Norte, que apresenta 99,33% do total de empresas; e para a Região Seridó, onde este segmento compreende 99,54% das empresas em funcionamento. Assim, considera-se importante conhecer como se toma decisão na pequena empresa, e quais informações contábeis são utilizadas como ferramenta de gestão.

As técnicas administrativas são fatores críticos na gestão da MPE. As informações contábeis geradas nas MPE's são, na maioria das vezes, resultantes de um sonho do empreendedor. A forma de organizar e desenvolver o processo de gestão do negócio se baseia na experiência profissional e nos conhecimentos desenvolvidos em empregos anteriores, contando com os que eles chamam de tino comercial, que seria, de acordo com a opinião deles mesmos, a intuição natural para empreender qualquer tipo de comércio.

Por meio da prática de estudos de campo, deparam-se com a realidade dos processos de gestão efetivados pelos gestores das MPE's do Seridó Potiguar, estes estudos tem como objetivo geral identificar as informações utilizadas pelos micros e pequenos empresários da região do Seridó do RN para efeito de tomada de decisão que envolva questões de natureza econômico-financeira. Procura-se, também, descobrir quais são as informações contábeis utilizadas no processo decisório, evidenciando a importância que os microempresários atribuem à informação contábil. Assim buscou-se revelar quais as informações econômico-financeiras que, apesar de serem consideradas importantes, não são disponibilizadas pelos gestores.

Para atingir os objetivos propostos, e analisar as hipóteses apresentadas, fez-se indispensável a efetivação de um estudo empírico nas MPE's da Região do Seridó. Esse estudo envolveu uma pesquisa de campo em 143 MPE's da região do Seridó.

Como decorrência, a pesquisa mostra os seguintes pontos proeminentes:

- 1) Das 143 MPE's pesquisadas no Seridó, 64,3% delas exploram as atividades no ramo comercial, estando 38,2% atuando no mercado de 01 (um) a 05 (cinco) anos, onde desenvolvem um papel sócio-econômico muito importante, gerando empregos para a região; 55,9% das MPE's investigadas admitem ter de 01 (um) a 05 (cinco) empregados.
- 2) Em relação à formação educacional dos proprietários-gerente, 63,3% dos entrevistados responderam que tem o nível médio completo.
- 3) Quando indagados sobre a elaboração e desenvolvimento das informações contábeis, 80,0% dos microempresários entrevistados responderam que recebem informações de um escritório de contabilidade contratado; 69,1% dos pesquisados responderam que a informação contábil recebida é relevante e necessária, sendo que 38,2% afirmaram que a mais importante é a fiscal (devido às exigências do FISCO), enquanto 29,4% justificam que é a fiscal e trabalhista (Receita Federal e Ministério do Trabalho).
- 4) No que se refere à utilização das informações contábeis na tomada de decisão que envolve aspectos econômico-financeiros, 30,8% dos administradores investigados considera os relatórios contábeis relevantes (órgãos governamentais, instituições de créditos e credores...), sendo o Balanço Patrimonial e a Demonstração do Resultado do Exercício os mais acessíveis para 44,2% dos entrevistados; 45,7% dos microempresários solicitaram que essas informações contábeis sejam mais simples, para se tornarem mais úteis.
- 5) 42,6% dos pesquisados tomam decisões que repercutirão na lucratividade dos produtos ou serviços, com base na experiência, que foi desenvolvida com o seu próprio negócio, e anteriormente, quando era empregado numa empresa de ramo similar. 30,8% dos microempresários entrevistados acreditam que o progresso de

seu empreendimento se deve ao seu tino comercial, justificando que já nasceram com aptidão para serem comerciantes, enquanto 25% acreditam que o crescimento do negócio se deve apenas a experiências anteriores.

- 6) No momento de se compor o preço de venda dos produtos e serviços, os microempresários da região do Seridó, levam em consideração a sua experiência e a sua intuição, chegando a afirmar que: “o método que utiliza não acredita ter outro melhor”. 57,3% dos microempresários pesquisados, o preço de venda dos seus produtos ou serviços é composto pelo preço de aquisição mais as despesas. Dos métodos de formação de preço de venda pesquisados no estudo, o praticado por 36,9% das microempresas investigadas é o método baseado no custo da mercadoria, onde se compõe o preço acrescentando uma margem em cima do custo; essa margem cobrirá as despesas e gerará o lucro.
- 7) Quando indagados sobre ter conhecimento dos custos dos produtos ou serviços e sobre o valor do faturamento líquido (lucro), 54,4% dos microempresários entrevistados mencionaram que sabem, mas 27,9 não revelam sua margem de lucro. 57,5% dos pesquisados afirmam que é imprescindível conhecer o custo dos seus produtos ou serviços, isso permitirá compor um preço acessível para os clientes e condiciona a manutenção de sua empresa no mercado.
- 8) Quando questionados sobre a lucratividade dos seus negócios, sobre a expectativa para os próximos cinco anos, e baseados em quê respondiam, 69,1% dos entrevistados responderam que têm conhecimento de sua lucratividade com base nos relatórios financeiros com resultados positivos que o seu negócio vem apresentando, durante alguns anos (em média cinco anos). Por esse motivo, acreditam que o negócio tende a prosperar, e se tornar melhor e maior com o passar do tempo, e o que faz acreditar nisso é a evolução que ele vem apresentando, com o aumento gradativo da demanda.

De acordo com as verificações apresentadas nos itens de 1 a 8, conforme o que foi divulgado no referencial teórico sobre a relevância das MPE's para o cenário nacional, estadual e regional e a aplicabilidade de conceitos sobre evolução da contabilidade, tomada de decisão, informação contábil e formação de preços, observa-se a aceitação ou rejeição das hipóteses.

A hipótese Ho é rejeitada, as informações contábeis utilizadas no processo decisório das MPE's do Seridó não correspondem integralmente às necessidades informativas dos gestores; nos itens 3 e 4, eles confirmam a utilização de informações contábeis apenas na elaboração de informativos fiscais e trabalhistas e recebimentos de dados provenientes da contabilidade (demonstrativos contábeis) com o intuito de captação de recursos com os credores. As informações contábeis são utilizadas para cumprimento das legislações governamentais e exigência dos credores, não sendo útil no processo de tomada de decisão que envolve aspectos econômico-financeiros, essa percepção é favorável entre todos os respondentes dessa pesquisa.

A hipótese H1 é acatada e confirmada: os microempresários da Região do Seridó levam sua experiência e intuição em consideração na tomada de decisão de caráter econômico-financeiro; o item 5 e 6 refletem a relevância da experiência dos gestores na administração do seu empreendimento e na formação do seu preço de venda.

Deste modo, tanto o objetivo geral como os específicos foram contemplados. Em relação ao objetivo geral, foram identificadas as informações utilizadas pelos micros e pequenos empresários da região do Seridó para efeito de tomada de decisão que envolva questões de natureza econômico-financeira; e no que diz respeito, aos objetivos específicos, foram evidenciadas as informações contábeis que são utilizadas no processo decisório, e evidenciada a importância que os empresários atribuem à informação contábil, revelando quais são as informações econômico-financeiras consideradas mais importantes.

Percebeu-se também, que os gestores buscam produzir suas próprias informações para efeito de tomada de decisão.

Conclui-se que as informações contábeis recebidas não atendem integralmente as solicitações informativas dos gestores das MPE's do Seridó, e talvez por essa razão, eles não utilizam a informação contábil no momento de tomar decisões que refletirão na rentabilidade dos seus negócios. Destaca-se que os microempresários acompanham o progresso dos seus empreendimentos, servindo-se de controles simples e manuais, elaborados por eles ou por seus empregados, confrontando as entradas com as saídas de numerário, elaborando relatórios

gerenciais e financeiros que comprovam a evolução da MPE's em relação ao tempo; eles confiam na sua capacidade empreendedora e na experiência desenvolvida, tomando decisões com base na experiência e na intuição.

Propondo o aprofundamento do tema e a expansão dos assuntos apresentados nesta pesquisa, emergem algumas sugestões que poderão ser consideradas em trabalhos futuros, tais como:

- aplicar essa mesma pesquisa em outras regiões do Estado do Rio Grande do Norte ou regiões de outros Estados, com o intuito de identificar as informações contábeis geradas nestas empresas, sua credibilidade e aceitação;
- desenvolver um modelo de tomada de decisão para MPE's, incentivando a utilização das informações contábeis no processo gerencial;
- explorar as técnicas administrativas desenvolvidas pelos microempresários que, acreditando na sua experiência, criam modelos informais de gerenciamento que estão dando certo e garantindo a continuidade dos negócios.

Ademais, espera-se que o estudo forneça informações relevantes para os entrevistados das MPE's da Região do Seridó. Durante a pesquisa houve muito dialogo e troca de informações entre o pesquisador e os pesquisados. O estudo aguça a curiosidade dos microempresários em relação ao planejamento e controle do seu empreendimento, evidencia a importância da utilização das informações contábeis de uma forma mais direta e segura, alerta que não se deve confiar apenas na intuição e na experiência e demonstra condições de traçar planos futuros tomando por base dados quantitativos e qualitativos provenientes da contabilidade.

BIBLIOGRAFIA

ADIZES, I. **Os ciclos e vida das organizações: como e por que as empresas crescem e morrem e o que fazer a respeito.** São Paulo: Pioneira, 1990.

ALBUQUERQUE, A. F. **Gestão Estratégica das Informações Internas na Pequena Empresa: estudo comparativo de casos em empresas do setor de serviços (hoteleiro) da região de Brotas-SP.** 2004. 209f. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) – Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos, 2004.

ANSOFF, H. I. - **Estratégia Empresarial** - Trad. Antônio Z. Sanvicente, São Paulo, McGraw-Hill, 1977.

ASSAF NETO, A. **Preço de venda e ponto de equilíbrio inflacionário.** Revista Brasileira de Contabilidade. Rio de Janeiro, 1988.

BANCO DO BRASIL. **Negócios com pessoa jurídica,** Apostila de treinamento. Brasília: GEPES. 2001.

BARBER, J.; METCALFE, S.; PORTEUS, M. **Barriers to growth: the ACARD study.** London: Routledge, 1989.

BARROS, A. de J. P. de. ; LEHFELD, N. A de S. **Projeto de pesquisa: propostas metodológicas.** 11ª Ed. Rio de Janeiro: Vozes, 2000.

BATALHA, F. J. R. ; DEMORI, F. **A pequena e média indústria em Santa Catarina.** Florianópolis, UFSC, 1990.

BEUREN, I. M. E outros. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade.** São Paulo: Atlas, 2003.

BILESSIMO, L. D. **Instrumento para diagnóstico da expectativa de sucesso da micro e pequena empresa brasileira.** 2002. 91f. Dissertação (Mestrado Engenharia da Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002.

BLATT, A. **Avaliação de risco e decisão de crédito: um enfoque prático.** São Paulo: Nobel, 1999.

BORINELLI, M. L. **Contabilidade gerencial.** Maringá: UEM/CSA, 1999.

BORTOLI NETO, A. **Tipologia de Problemas das pequenas e médias empresas.** 1980. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1980.

BUENO, V. de F. F. **Avaliação de risco na concessão de crédito bancário para micro e pequenas empresas.** 2003. 179f. Dissertação (Mestrado Engenharia da Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2003.

CASTOR, B.V.J., **O Brasil não é para amadores: estado, governo e burocracia na terra do jeitinho**. Curitiba: EBEL, IBQP/PR, 2000.

CARULLO, J. C. **Las micro, pequeñas y medianas empresas en el Mercosur**. *Comercio Exterior*, jul. 1998.

CARVALHO, M. M. de. **Oportunidade para parceria indispensável: pequenas empresas e administradores competentes**. Revista Brasileira de Administração, Brasília, ano IX, nº 27. Dezembro/1999.

CFC – Conselho Federal de Contabilidade. **Resolução nº 785, de 28.07.95 aprova NBCT 1**. 1995.

COELHO NETO, P. e outros. **Micro e pequenas empresas – manual de procedimentos contábeis**. Brasília: CFC, Ed. SEBRAE, 1997.

COGAN, M. **Custos e Preços: Formação e Análise**. São Paulo: Pioneira, 1999.

CUNHA, R. V. da. **A migração do Emprego**. Você S. A., São Paulo, Abril, 2002.

DALFOVO, O. ; RODRIGUES, L. C. **Delineamento de um sistema de informação estratégico para tomada de decisão nas pequenas e médias empresas do setor têxtil de Blumenau**. Revista de negócios, Blumenau: Centro de Ciências Sociais Aplicadas da FURB, v.3, julho/setembro,1998.

DEMORI, F. **Administrando pequenos negócios: administração financeira e custos**. UFSC, Florianópolis, 1998.

DRUCKER, P. F. **The Effective Decision** - EUA HBR Harvard Business Review, Jan./Fev.1967 nº 67105, p.92-98.

FILION, L. J. **The definition of small business as a basic element for policy making**. *Small business*, Marketing and Society Conference, USSR, 1991.

FIPECAFI – Manual de contabilidade das sociedades por ações. 4ed. São Paulo, 1995.

FIGUEIREDO, R. **Temas fundamentais para as micro e pequenas empresas**. Brasília: SEBRAE, 2001.

FRANCO, H. **Contabilidade Comercial**. São Paulo: Atlas, 1991.

FRANCO, H. **50 anos de Contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1993.

GIBB, A. A. **The small business challenge to management education**. *Journal of European Industrial Training*, v.7, n.5, 1983.

GIL, A.C. **Como Elaborar projetos de pesquisa**. 4ed. São Paulo: Atlas, 2002.

- GONÇALVES, A. ; KOPROWSKI, S. O. **Pequena Empresa no Brasil**. São Paulo: EDUSP, 1995.
- GUERREIRO, R. **Um modelo de sistema de informação contábil para mensuração do desempenho econômico das atividades empresariais**. Caderno de estudos nº 4. São Paulo, FIECAFI. 1992.
- HENDRIKSEN, E. S.; BREDA, M. F. V. **Teoria da Contabilidade**. 5ed, São Paulo. Atlas, 1999.
- IBGE, **As Micros e Pequenas Empresas Comerciais e de Serviços do Brasil 2003**, Estudos & Pesquisas – Informação Econômica, nº 01, Rio de Janeiro, 2003.
- IBRACON. **Curso de Contabilidade Gerencial – 6ª CRC**. São Paulo: Atlas, 1993.
- IUDÍCIBUS, S. de. **Análise de Balanços**. 5ed. São Paulo: Atlas, 1991.
- IUDÍCIBUS, S. de. **Teoria da Contabilidade**. 4ed. São Paulo: Atlas, 1995.
- IUDÍCIBUS, S. de. **Contabilidade gerencial**. 6ed. São Paulo: Atlas, 1998.
- IUDÍCIBUS, S. de. ; MARION, J. C. **Curso de contabilidade para não contadores – para as áreas de administração, economia, direito e engenharia**. 2ed., São Paulo: Atlas, 1999.
- KANITZ, S. C. **O Brasil que dá certo: o novo ciclo de crescimento 1995-2005**. São Paulo, Makron Books, 1995.
- KAN, V. **Accounting Theory**. 2ed. New York: Jonh Willey & Sons, 1999.
- KASSAI, J. R. **As Empresas de pequeno porte e a contabilidade**. 1996. Dissertação (Mestrado em Controladoria e Contabilidade). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1996.
- KOTLER, P. **Administração de Marketing**. Prentice Hall, 2000.
- LAKATOS, E. M., MARCONI, M. de A. **Metodologia Científica**. 3ed. São Paulo. Atlas, 2002.
- LAKATOS, E. M. **Sociologia da administração**. São Paulo: Atlas, 1997.
- LEZANA, A. G. R. **Desarrollo Regional através del estímulo a las empresas de pequeña dimensión. Una puesta en práctica de programas de promoción**. Tese de doutorado. Universidad Politécnica de Madrid, 1996.
- LEONE, S. G. **Custos: planejamento, implantação e controle**. São Paulo: Atlas, 2000.

- LEONE, N. M. **A dimensão física das pequenas e médias empresas (P.M. E'S: à procura de um critério homogeneizador.** Revista de Administração de Empresas (ERA/FGV), São Paulo: EAESP/FGV, v. 31, nº 02, Abril/Junho, 1991.
- LEONE, N. M. de C. P. G. **As especificidades das pequenas e medias empresas.** Revista de Administração, São Paulo, v. 34, nº 02, p.91-94, Abril/junho, 1999.
- LONGENECKER, J. G.; MOORE, C. W.; PETTY, J. W. **Administração de pequenas empresas.** São Paulo: Makron Books, 1997.
- MARION, J. C., **A crise na pequena e média empresa e a contabilidade.** Revista do Conselho de Contabilidade do Rio Grande do Sul, Porto Alegre: nº 42/85, 1985.
- MARTINS, G. de A. **Manual para elaboração de monografias e dissertações.** 2ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- MARTINS, R. A. **Sistemas de Medição de Desempenho: um modelo para estruturação do uso.** Tese de Doutorado. São Paulo: Escola Politécnica da USP, 1998.
- MARTINS, E. **Contabilidade de custos.** 7ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- MASSUDA, J. C. **Gestão de custos em pequenas indústrias de confecções: proposta de uma metodologia.** 2003. 121f. Dissertação (Mestrado Engenharia da Produção) Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2003.
- MATIAS, A.B.; LOPES JR., F. **Administração financeira nas empresas de pequeno porte.** São Paulo: Manole. 2002.
- MATTAR, F. N. **Pesquisa de Marketing.** Edição compacta. São Paulo: Atlas. 1996.
- MAXIMIANO, A. C. A. **Introdução à Administração.** 5ed. – São Paulo: Atlas. 2000.
- MENEGUELE, E. **A Informação contábil no processo decisório das pequenas empresas de confecções Cianortenses.** CRC/SC, 2000.
- MINOZZI, W. S. **A pequena e média empresa e o seu proprietário.** 1987. Dissertação (Mestrado em Administração de empresas) - Pontifícia Universidade Católica - PUC, São Paulo, 1987.
- MORAIS, E. F. C. **Inteligência competitiva: estratégias para pequenas empresas.** Brasília: GH comunicação gráfica Ltda, 1999.
- MOSIMANN, C. P. **O balanço patrimonial e a demonstração do resultado do exercício como instrumento para tomada de decisões: uma proposta para as empresas pomicultoras.** 1993. Dissertação (Mestrado em Contabilidade e Controladoria). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1993.

MORRIS, M. H.; MORRIS, G. **Política de preços em mercado competitivo e inflacionado**. São Paulo, Ed. Makron Books, 1994.

MOTTA, F. G. **Fatores condicionantes na adoção de métodos de custeio em pequenas empresas: estudo multicase em empresas do setor metal-mecânico de São Carlos-SP**. 2000. 194f. Dissertação (Mestrado Engenharia da Produção) – Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos, 2000.

OLIVEIRA, I. C., **Proposta de um modelo de diagnóstico do gerenciamento financeiro de curto prazo para micro e pequenas indústrias**. 2002. 147f. Dissertação (Mestrado Engenharia da Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2002.

OLIVEIRA, A. M. **Informações contábeis-financeiras para empreendedores de empresas de pequeno porte**. 2001.127 f. Dissertação (Mestrado em Controladoria e Contabilidade). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

OLIVEIRA, D. de P. R. de. **Sistemas de Informações Gerenciais: estratégias, táticas e operacionais**. 8 ed., São Paulo: Atlas, 2002.

PINHEIRO, M. **Gestão e Desempenho das Empresas de Pequeno Porte: uma abordagem conceitual e empírica**. 1996. Dissertação (Mestrado em Controladoria e Contabilidade) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1996.

PERECIN, A. **Proposições para o entendimento do problema estratégico/estrutura na pequena e média empresa**. 1984. Dissertação (Mestrado em Administração) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo São Paulo, 1984.

PEREIRA, A. C. **Análise contábil-financeira e avaliação de projetos na pequena e média empresa – experiência e sugestões**. Dissertação (Mestrado em Controladoria e Contabilidade) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1983.

PEREIRA, F. H. **Metodologia de Formação de preços de venda para micro e pequenas empresas**. 2000. 160f. Dissertação (Mestrado Engenharia da Produção) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2000.

PRATTEN, C. F. **The Competitiveness of small firms**. New York, Cambridge University Press, 1991.

RAMIRO, D., CARVALHO, A. **Como e porque eles venceram**. Revista Veja, Abril, 2002.

REGO, A. A. **Fatores condicionantes e taxa de mortalidade de empresas**. Brasília: Ed. SEBRAE, 1999.

- RESNIK, P. **A Bíblia da Pequena Empresa**. São Paulo: Makron Books Editora, 1988.
- ROSS, S. A., WESTERFIELD, R. W. e JORDAN, B. D. **Princípios de Administração Financeira**. São Paulo: Atlas. 1998.
- SÁ, A. L. de. **Teoria da Contabilidade**. 2ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- SANTOS, J. J. dos. **Formação de preços: a arte do negócio**. São Paulo: Atlas, 1991.
- SARDINHA, J. C. **Formação de preços: a arte do negócio**. São Paulo. Ed. Markron Books, 1995.
- SAVIANI, J. R. **Repensando as pequenas e médias empresas**. São Paulo: Makron Books, 1995.
- SEBRAE – Minas Gerais, **Estudos e pesquisas: fatores condicionantes da mortalidade de empresas**. Janeiro/1999.
- SEBRAE - Nacional, **Avaliação de 1999 e perspectivas para o ano 2000**. Relatório de Sondagem. Março/2000.
- SEBRAE - Nacional, **Fatores Condicionantes e Taxa de Mortalidade de Empresas**. Relatório de Pesquisa. Outubro/1999.
- SEBRAE, **Micro e pequena empresa no Rio Grande do Norte: importância social, econômica e política**. Relatório de Pesquisa. Natal/2003.
- SELLTIZ, C.; JAHODA, M.; DEUTCH, M.; COOK, S. **Métodos de Pesquisa nas Relações Sociais**. São Paulo: EPU, 1974.
- SHIMIZU, T. **Decisão nas organizações: introdução aos problemas de decisão encontrados nas organizações e nos sistemas de apoio à decisão**. São Paulo. Atlas, 2001.
- SILVA, J. P. da. **Análise e decisão de crédito**. São Paulo: Atlas, 1993.
- SILVA, S. L. da. **Um instrumento de avaliação de desempenho de recursos humanos com o uso do sistema de custeio baseado em atividade (ABC)**. 1999. Dissertação (Mestrado em Engenharia da Produção) Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, 1999.
- SIMON, H. A - **Comportamento Administrativo - Estudo dos processos decisórios nas organizações administrativas**. 2ed. Rio de Janeiro: Ed. FGV – 1979. 278p.
- SOUZA, M. C. A. F. **Pequenas e médias empresas na reestruturação industrial**. Brasília: Ed. SEBRAE, 1995.
- SOUZA, L. E. **As lições dos pescadores**. PEGN, São Paulo, 2000.

SOLOMON, S. **A grande importância da pequena empresa: a pequena empresa nos EUA, no Brasil e no mundo.** Rio de Janeiro: Nórdica, 1986.

TRIVIÑO, A. N. S. **Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais: a pesquisa qualitativa em educação.** São Paulo: Pioneira. 1992.

VASCONCELOS, M. T. de C. **O Processo de gestão de finanças sob a ótica da gestão econômica.** 1994. 128f. (Mestrado em Contabilidade). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1994.

WALKER, E.W. and PETTY II, J.W. **Financial differences between large and small firms.** Financial Management Association, 1978.

WESSELS, W. **Microeconomia: teoria e aplicações.** São Paulo: Saraiva, 2002.

ANEXO



FORMULÁRIO PARA ENTREVISTA COM O PROPRIETÁRIO DA EMPRESA

1. Em que cidade da Região do Seridó a empresa está localizada?		
<input type="checkbox"/> Currais Novos	<input type="checkbox"/> Caicó	
2. A empresa é de qual ramo de negócios?		
<input type="checkbox"/> comércio	<input type="checkbox"/> Indústria	<input type="checkbox"/> Prestação de Serviços
3. Há quanto tempo sua empresa atua no mercado?		
<input type="checkbox"/> 1 a 5 anos	<input type="checkbox"/> de 5 a 10 anos	<input type="checkbox"/> mais de 10 anos
4. Quantos funcionários tem a sua empresa?		
<input type="checkbox"/> 1 a 5	<input type="checkbox"/> de 5 a 10	<input type="checkbox"/> mais de 10
5. Qual a sua formação acadêmica?		
1 grau.	2 grau.	3 grau.
6. De onde sua empresa recebe as informações contábeis?		
<input type="checkbox"/> Produzidas no própria empresa		
<input type="checkbox"/> Recebidas de escritório contratado		
7. Na sua opinião, em termos de gerenciamento da empresa, qual a área que a informação contábil tem mais utilidade?		
<input type="checkbox"/> fiscal	<input type="checkbox"/> trabalhista	<input type="checkbox"/> controle gerencial <input type="checkbox"/> nenhuma área
8. Na sua opinião, as informações recebidas da Contabilidade são importantes na hora de uma decisão que envolva questões econômico-financeiras?		
<input type="checkbox"/> Sim, por quê?		
<input type="checkbox"/> Não, por quê?		
9. Quais as informações que o senhor julga importantes para uma tomada de decisão que envolva aspectos econômico-financeiros? Por quê?		
10. Quais os relatórios que o senhor recebe da Contabilidade?		
11. Como são feitas as tomadas de decisão que precisam de conhecimentos sobre a lucratividades dos seus produtos/serviços?		
<input type="checkbox"/> Na intuição	<input type="checkbox"/> Na experiência	<input type="checkbox"/> Utilizando-se relatórios financeiros
<input type="checkbox"/> Com base em relatórios Contábeis		<input type="checkbox"/> Tendo auxílio de algum profissional
<input type="checkbox"/> outros. Especificar _____		
12. O senhor acredita que o progresso dos seus negócios deve-se-a:		
<input type="checkbox"/> Experiência anteriores		
<input type="checkbox"/> “Tino comercial”		
<input type="checkbox"/> Conhecimentos desenvolvidos com estudos (cursos na área de marketing, comércio...)		
<input type="checkbox"/> Outros. Especificar _____		
13. Qual informação o senhor utiliza para definir o preço de venda dos seus produtos ou		

serviços:
<input type="checkbox"/> A informação do seu preço de compra
<input type="checkbox"/> A informação do seu preço de compra mais as suas despesas
<input type="checkbox"/> O preço praticado pela concorrência
<input type="checkbox"/> O custo mais a lucratividade que pretende ter
<input type="checkbox"/> Outros. Especificar _____
14. Na sua opinião, qual seria o melhor método para a definição do preço de venda dos seus produtos/serviços? Por quê?
15. O senhor sabe quanto lucra por unidade vendida e qual o custo dos produtos e serviços que oferece aos seus clientes?
16. O senhor considera relevante conhecer o custo dos seus produtos/serviços, mesmo considerando que os preços de venda desses são definidos no mercado? Por quê?
17. Na sua opinião, quais as informações de natureza econômico-financeiras deveriam ser produzidas na Contabilidade para serem utilizadas na tomada de decisão? Por que?
18. Como o senhor sabe que o seu negócio é lucrativo atualmente? Como estará o seu negócio nos próximos cinco anos? Baseado em quê o senhor faz tal afirmação?